



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO



NAYARA DE ARÊDES OLIVEIRA

**COLUNISTA E COLUNÁVEIS:**  
**MULHERES EM REPRESENTAÇÃO NO CADERNO THAÍS BEZERRA**

SÃO CRISTÓVÃO  
Outubro/ 2020

NAYARA DE ARÊDES OLIVEIRA

**COLUNISTA E COLUNÁVEIS:**  
**MULHERES EM REPRESENTAÇÃO NO CADERNO THAÏS BEZERRA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (PPGCOM/UFS), na linha de pesquisa Produtos, Processos e Discursos Midiáticos, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Sociedade.

**Orientadora:** Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Renata Barreto Malta

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Renata Barreto Malta  
(Orientadora – UFS)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sandra Raquew dos Santos Azevêdo  
(Avaliadora Externa – UFPB)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sonia Aguiar Lopes  
(Avaliadora Interna – UFS)

**SÃO CRISTÓVÃO**  
**Outubro/ 2020**

**FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**

O48c Oliveira, Nayara de Arêdes  
Colunista e colunáveis : mulheres em representação no  
caderno Thais Bezerra / Nayara de Arêdes Oliveira ; orientadora  
Renata Barreto Malta. – São Cristóvão, SE, 2021.  
226 f. : il.

Dissertação (mestrado em Comunicação) – Universidade  
Federal de Sergipe, 2021.

1. Comunicação de massa. 2. Colunistas sociais - Mulheres.  
3. Jornalismo local - Sergipe. I. Malta, Renata Barreto, orient. II.  
Título.

CDU 659.3-055.2(813.7)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – PPGCOM**

**ATA DA SESSÃO DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO  
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO – UFS**

**Título do trabalho:** "COLUNISTA E COLUNÁVEIS: MULHERES EM REPRESENTAÇÃO NO CADERNO THAÏS BEZERRA".

**Aluna:** NAYARA DE ARÊDES OLIVEIRA

**Data da defesa:** 23/10/2020

Às 14:30 (catorze e trinta) do dia 23 (vinte e três) do mês de outubro de 2020, o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe realizou a defesa de dissertação de Mestrado da discente Nayara de Arêdes Oliveira intitulado: "COLUNISTA E COLUNÁVEIS: MULHERES EM REPRESENTAÇÃO NO CADERNO THAÏS BEZERRA", conforme o que estabelece a resolução N° 60/2014/CONEPE/UFS, que regula o funcionamento do PPGCOM/UFS. A banca examinadora foi realizada por videoconferência motivada pela necessidade de distanciamento social diante da pandemia de COVID-19. Composição da banca: Renata Barreto Malta (PPGCOM-UFS) – presidente da banca e orientadora, Sonia Aguiar Lopes (PPGCOM-UFS) – avaliadora interna e Sandra Raquew dos Santos Azevêdo – avaliadora externa (PPGC-UFPB). Após a discente apresentar seu trabalho, a banca fez os questionamentos e comentários referentes à pesquisa, os quais foram respondidos. Ao final, a banca se reuniu e considerou a discente APROVADA (Conceito A) no Curso de Mestrado em Comunicação da UFS.

Cidade Universitária “Prof. José Aloísio de Campos”, 23 de outubro de 2020

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Renata Barreto Malta (PPGCOM-UFS) – **PRESIDENTE DA BANCA**

Profa. Dra. Sonia Aguiar Lopes (PPGCOM-UFS) – avaliadora interna  
(participação à distância por videoconferência)

Profa. Dra. Sandra Raquew dos Santos Azevêdo (PPGC-UFPB) – avaliadora externa  
(participação à distância por videoconferência)

Programa de Pós-Graduação em Comunicação:

Prédio de Comunicação Social. Andar Superior, Sala 01 - Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos Av. Marechal Rondon, S/N – CEP 49.100-000 – Rosa Elze – São Cristóvão – Sergipe – Brasil  
Telefone: (79) 2105-6390 – E-mail: [mestradocomunicacao.ufs@gmail.com](mailto:mestradocomunicacao.ufs@gmail.com)

## DEDICATÓRIA

A todos os corpos que se conduzem  
neste mundo resistindo, com a única certeza de que  
*é nós por nós.*

À voz que em mim  
ecoou e marca desde sempre:  
“estuda, minha filha”.

## AGRADECIMENTOS

Ao alto, que não cessa nem dispersa.

A elas e ele, meus luzeiros: mamãe, irmã, papai.

A Gui, meu remar e porvir.

A Mel, que é casa, conforto e leveza.

A Gab e Lilha, minhas folhas de trevo.

A Diogo, amigo e orientador honorário.

A Lore e Rafa, pelas portas abertas.

A Renata Malta, que orienta e inspira.

A Roseli, Mirabel, Maria Luiza, Gustavo, Ricardo e Aianne, que se moldaram de café e afeto. Das lutas internas e paralelas, o caminho se fez e vocês chegaram. Sou só orgulho e admiração. Vocês também, Denise, Jéssica, Dani.

A Danilo Oliveira, meu mais absoluto respeito e reconhecimento.

A Sonia Aguiar, pela referência de tantos anos.

A Tatiana Aneas e Greice Schneider, pela inspiração e abrir dos olhos.

A Aline Braga, pela parceria.

A Danillo e Emilly, pele sede e horizontes.

A Eduardo Andrade, que disse “vai!”.

Ao PPGCOM, que se sustenta em meio ao desmonte e segue produzindo Ciência.

À Capes, pelo fundamental suporte material.

Ao IHGSE, que é a própria história desta terra, com especial gratidão a Alex e Milena.

Ao PPGNEIM, oásis e trincheira.

À UFS, meu berço: que por mãos e sonhos prossiga resistindo.

A cada uma e um que pavimentou a estrada. E continua construindo.

*A vida toda, Taylor havia comido laranjas sem sementes,  
laranjas cultivadas de modo a serem laranjas perfeitas,  
com casca perfeita, mas sem sementes.  
Por isso, aos oito anos de idade,  
ele não sabia que existia algo como uma laranja com sementes.*  
**Chimamanda Ngozi Adichie – Americanah**

## RESUMO

Os produtos midiáticos constituem-se como espaços de construção e reprodução de padrões que incidem de forma particular sobre as vivências e corpos femininos. Investigar a representação de mulheres nesses espaços, com foco nas colunas sociais, é o objetivo deste estudo, que se centra no caso do caderno Thaís Bezerra. Esta publicação semanal integra o Jornal da Cidade (sediado em Aracaju, Sergipe) desde 1981, permanecendo em atividade até os dias atuais. O objetivo geral da pesquisa é identificar, acompanhar e discutir os modelos de representação feminina construídos pelo caderno Thaís Bezerra ao longo de quatro décadas de história. Para tanto, são analisadas as capas de 140 edições do caderno divididas em quatro recortes temporais entre os anos 1981 e 2018. O suporte metodológico definido para a pesquisa alia técnicas e conceitos da Análise de Conteúdo e uma entrevista em profundidade com a autora da coluna que baseia este estudo, Thaís Bezerra. O referencial teórico inclui contribuições de Woodward (2014), Goffman (1985), Hall (2003, 2016), Butler (2003) e Cruz (2015), entre outros. A pesquisa se justifica pela necessidade de aprofundar a análise sobre as representações construídas pelo colunismo social, sobretudo em relação a grupos que ocupam posições sociais não-hegemônicas.

**Palavras-chaves:** Gênero; Representação; Colunismo Social; Caderno Thaís Bezerra; Análise de Conteúdo.



## ABSTRACT

Media products are spaces for the construction and reproduction of standards that have a particular impact on the experiences and women bodies. Investigating the women's representation in these spaces, concentrating on social columns, is the objective of this study, which focuses on the case of Thaís Bezerra column. This weekly publication has been part of the *Jornal da Cidade* (based in Aracaju, Sergipe) since 1981, and remains active until the present day. The main objective of the research is to identify, describe and discuss the representation models of women developed by the Thaís Bezerra column over four decades. The covers of 140 editions of the column are analyzed, divided into four axes, between 1980 and 2018. The methodological support defined for the research combines techniques and concepts from Content Analysis and an in-depth interview with the author of the column, Thaís Bezerra. The theoretical framework includes contributions by Woodward (2014), Goffman (1985), Hall (2003, 2016), Butler (2003) and Cruz (2015), among other authors. The research is relevant given the need to advance on the analyses about the representations developed by the social columnism, especially related to groups in non-hegemonic social positions.

**Keywords:** Gender; Representation; Social Columnism; *Caderno Thaís Bezerra*, Content Analysis.

## **LISTA DE SIGLAS**

Abracos - Associação Brasileira de Colunistas Sociais  
Abracosme - Associação Brasileira de Colunistas Sociais e Mídia Eletrônica  
Abraji - Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo  
AC - Análise de Conteúdo  
Anatel - Agência Nacional de Telecomunicações  
Apacos - Associação Paulista de Colunistas Sociais  
Banese - Banco do Estado de Sergipe  
CCCS - Centro de Estudos Culturais Contemporâneos  
Cidown - Associação Sergipana dos Cidadãos com Síndrome de Down  
CNI - Confederação Nacional da Indústria  
Covid-19 - Síndrome Respiratória Aguda Grave provocada pelo “novo coronavírus”  
CUT - Central Única dos Trabalhadores  
Deso - Companhia de Saneamento de Sergipe  
Energipe - Empresa Energética de Sergipe  
Fanese - Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe  
FM - Frequência Modulada  
GGB - Grupo Gay da Bahia  
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
ICAJU - Iate Clube de Aracaju  
IHGSE - Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe  
IMC - Índice de Massa Corporal  
IS - Ibrahim Sued  
JC - Jornal da Cidade  
LGBTQIAP+ - Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgênero, Transexuais, Travestis, Queer, Intersexo, Assexuais, Pansexuais +  
NA - Não se Aplica  
NE - Não Especificado  
NR - Não Registrado  
PFL - Partido da Frente Liberal  
PIB - Produto Interno Bruto  
TB - Thaís Bezerra  
TRS - Teoria das Representações Sociais  
TV - Televisão  
UFS - Universidade Federal de Sergipe  
Unit - Universidade Tiradentes

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Elementos mobilizados na/pela representação, segundo Erving Goffman.....	52
Figura 2 - Primeira coluna assinada por Thaís Bezerra na Gazeta de Sergipe.....	62
Figura 3 - Destaque da coluna João de Barros de 29 de maio de 1981 do Jornal da Cidade.....	63
Figura 4 - Capa do Segundo Caderno da edição de 30 de maio de 1981 do Jornal da Cidade.....	64
Figura 5 - Publicidade do programa Chá das Cinco no Jornal da Cidade.....	65
Figura 6 - Resultados tópico <i>Tom de Pele</i> - Por recortes.....	83
Figura 7 - Resultados tópico <i>Tom de Pele</i> - Geral.....	83
Figura 8 - Capa da edição de 22 e 23 de fevereiro de 1987 (A300) do caderno Thaís Bezerra.....	84
Figura 9 - Resultados tópico <i>Cabelo</i> - Por recortes.....	87
Figura 10 - Resultados tópico <i>Cabelo</i> - Geral.....	88
Figura 11 - Capa da edição de 14 e 15 de fevereiro de 1988 (A351) do caderno Thaís Bezerra.....	88
Figura 12 - Capa da edição de 04 e 05 de maio de 2014 (D279) do caderno Thaís Bezerra.....	90
Figura 13 - Resultados tópico <i>Corpo</i> - Por recortes.....	92
Figura 14 - Resultados tópico <i>Corpo</i> - Geral.....	92
Figura 15 - Capa da edição de 15 de junho de 2008 (C494) do caderno Thaís Bezerra.....	93
Figura 16 - Capa da edição de 15 e 16 de março de 2009 (D011) do caderno Thaís Bezerra.....	93
Figura 17 - Resultados tópico <i>Faixa etária</i> - Por recortes.....	98
Figura 18 - Resultados tópico <i>Faixa etária</i> - Geral.....	98
Figura 19 - Capa da edição de 20 e 21 de dezembro de 1987 (A343) do caderno Thaís Bezerra.....	100
Figura 20 - Resultados tópico <i>Vestuário</i> - Por recortes.....	101
Figura 21 - Resultados tópico <i>Vestuário</i> - Geral.....	101
Figura 22 - Capa da edição de 22 e 23 de agosto de 1982 (A065) do caderno Thaís Bezerra.....	102
Figura 23 - Capa da edição de 28 a 30 de setembro de 2002 (C196) do caderno Thaís Bezerra.....	102
Figura 24 - Capa da edição de 14 e 15 de maio de 2016 (D385) do caderno Thaís Bezerra.....	102
Figura 25 - Capa da edição de 14 a 17 de abril de 2017 (D433) do caderno Thaís Bezerra.....	102
Figura 26 - Resultados tópico <i>Profissão</i> - Geral.....	104
Figura 27 - Resultados tópico <i>Vínculo familiar</i> - Geral.....	106
Figura 28 - Resultados tópico <i>Ocasão</i> - Por recortes.....	108
Figura 29 - Resultados tópico <i>Ocasão</i> - Geral.....	108
Figura 30 - Resultados tópico <i>Quantidade de pessoas na foto</i> - Por recortes.....	110
Figura 31 - Resultados tópico <i>Quantidade de pessoas na foto</i> - Geral.....	110
Figura 32 - Resultados tópico <i>Interação</i> - Por recortes.....	111
Figura 33 - Resultados tópico <i>Interação</i> - Geral.....	111
Figura 34 - Capa da edição de 11 e 12 de agosto de 2013 (D241) do caderno Thaís Bezerra.....	112
Figura 35 - Resultados tópico <i>Olha para a câmera?</i> - Por recortes.....	113
Figura 36 - Resultados tópico <i>Olha para a câmera?</i> - Geral.....	113
Figura 37 - Resultados tópico <i>Sorri?</i> - Por recortes.....	113
Figura 38 - Resultados tópico <i>Sorri?</i> - Geral.....	114
Figura 39 - Resultados tópico <i>Postura</i> - Por recortes.....	114
Figura 40 - Resultados tópico <i>Postura</i> - Geral.....	114
Figura 41 - Capa da edição de 12 a 14 de maio de 2018 (D489) do caderno Thaís Bezerra.....	115
Figura 42 - Resultados tópico <i>Caracterização</i> - Por recortes.....	116
Figura 43 - Resultados tópico <i>Caracterização</i> - Geral.....	117
Figura 44 - Capa da edição de 07 a 09 de julho de 1985 (A215) do caderno Thaís Bezerra.....	121
Figura 45 - Capa da edição de 11 a 13 de fevereiro de 1995 (B319) do caderno Thaís Bezerra.....	123
Figura 46 - Capa da edição de 20 a 22 de julho de 2002 (C186) do caderno Thaís Bezerra.....	128

Figura 47 - Capa da edição de 13 a 15 de novembro de 2004 (C307) do caderno Thaïs Bezerra ..	128
Figura 48 - Capa da edição de 13 a 14 de abril de 1991 (B119) do caderno Thaïs Bezerra .....	130
Figura 49 - Capa da edição de 04 de 06 de maio de 1991 (B122) do caderno Thaïs Bezerra.....	132
Figura 50 - Capa da edição de 10 a 12 de abril de 2004 (C276) do caderno Thaïs Bezerra .....	133
Figura 51 - Capa da edição de 02 a 04 de dezembro de 2006 (C414) do caderno Thaïs Bezerra ...	133
Figura 52 - Capa da edição de 14 a 16 de abril de 2007 (C433) do caderno Thaïs Bezerra .....	135
Figura 53 - Capa da edição de 18 a 20 de novembro de 2000 (C099) do caderno Thaïs Bezerra ..	141
Figura 54 - Capa da edição 15 e 16 de julho de 2012 (D185) do caderno Thaïs Bezerra .....	141
Figura 55 - Capa da edição de 16 a 18 de maio de 2020 do caderno Thaïs Bezerra.....	156
Figura 56 - Capa da edição de 09 a 11 de maio de 2020 do caderno Thaïs Bezerra.....	159
Figura 57 - Capa da edição de 08 a 10 de abril de 2017 do caderno Thaïs Bezerra.....	161
Figura 58 - Capa da edição de 17 a 19 de março de 2018 do caderno Thaïs Bezerra.....	163
Figura 59 - Capa da edição de 16 a 18 de março de 2019 do caderno Thaïs Bezerra.....	163
Figura 60 - Capa da edição de 01 e 02 de janeiro 1984 (A136) do caderno Thaïs Bezerra .....	166
Figura 61 - Capa da edição de 28 a 30 de dezembro de 1991 (B156) do caderno Thaïs Bezerra ...	166
Figura 62 - Imagem retirada da página de Ibrahim Sued no Facebook.....	167
Figura 63 - Contracapa da edição de 24 e 25 de abril de 1988 (A361) do caderno Thaïs Bezerra .	175
Figura 64 - Capa da edição de 24 e 26 de fevereiro de 2018 (D478) do caderno Thaïs Bezerra ....	176
Figura 65 - Destaque da edição de 06 a 08 de fevereiro do caderno Thaïs Bezerra.....	177

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Categorias - Análise de Conteúdo.....	74
Tabela 2 - Número de adjetivos por categoria separados por recortes .....	117
Tabela 3 - Descrição das edições componentes do modelo <i>Talento e beleza</i> .....	125

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
<b>1. COLUNA SOCIAL: PERSPECTIVAS .....</b>	<b>17</b>
1.1 - Características da coluna social .....	22
1.2 - O espaço da coluna social no Jornalismo.....	25
1.3 - O lugar do colunista social: um ponto de vista próprio .....	32
1.4 - Mulheres na coluna social: a marca do Outro.....	39
1.5 - Representação: definições e contradições.....	49
1.6 - Objeto em foco: Thaís Bezerra, nome e coluna .....	62
<b>2. TRAJETÓRIA EMPÍRICA .....</b>	<b>69</b>
2.1 - Procedimentos metodológicos .....	69
2.1.1 - Procedimentos iniciais .....	70
2.1.2 - Procedimentos de análise .....	73
2.2 - Análise .....	75
2.2.1 - Contextualização por recorte .....	76
Recorte A (1981-1988).....	76
Recorte B (1989-1998).....	77
Recorte C (1999-2008).....	79
Recorte D (2009-2018).....	80
2.2.2 - Análise de Conteúdo .....	81
Bloco Aparência.....	81
a) <i>Tom de Pele</i> .....	82
b) <i>Cabelo</i> .....	87
c) <i>Corpo</i> .....	91
d) <i>Faixa etária</i> .....	97
e) <i>Vestuário</i> .....	100
Bloco Maneira .....	103
a) <i>Profissão</i> .....	104
b) <i>Vínculo familiar</i> .....	106
c) <i>Ocasão</i> .....	108
d) <i>Quantidade de pessoas na foto e Interação</i> .....	109
e) <i>Colocação em cena: Olha para a câmera?, Sorri? e Postura</i> .....	112
f) <i>Caracterização</i> .....	116
Percepção de Modelos.....	119
a) <i>Moda e Publicidade</i> .....	119

b) Nova Geração .....	121
c) Talento e Beleza .....	124
d) Noivas .....	126
e) Debutantes .....	129
Síntese comparativa .....	135
2.2.3 - Entrevista .....	144
I. Produção .....	145
II. Mulheres .....	155
III. Autoimagem .....	164
2.2.4 - Representações contra-hegemônicas: a diferença em resistência .....	173
<b>NOTAS CONCLUSIVAS .....</b>	<b>179</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>183</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>188</b>
Apêndice 1 - Roteiro de perguntas e entrevista com a colunista Thaís Bezerra .....	188
Apêndice 2 - Capas das edições do caderno Thaís Bezerra ( <i>Corpus</i> ) .....	201
Apêndice 3 - Capas das edições do caderno Thaís Bezerra (Modelos de Representação) .....	222

## INTRODUÇÃO

Historicamente, a relação de mulheres com os produtos midiáticos é cercada por contradições. Seja como assunto ou como público, mulheres são foco de um olhar que as caracteriza como integrantes de um grupo específico cujos limites são moldados não pelo que corresponde aos seus reais interesses, mas pelo que se acredita que deveria interessar-lhes. Esse olhar é dirigido às mulheres não só pelos homens como indivíduos, mas por um sistema social estrutural que as antecede e transcende e que lhes representa segundo padrões e expectativas próprias.

Nesse sentido, a investigação sobre a representação de mulheres nos produtos midiáticos constitui-se como um esforço no sentido de elucidar os contornos e impactos dos padrões sociais erigidos em torno das figuras femininas. Neste estudo, elegemos como objeto de tal esforço o caderno Thaís Bezerra, representante do formato coluna social publicado semanalmente pelo Jornal da Cidade (JC) em Aracaju, Sergipe, desde o início dos anos 80. Atualmente, o caderno constitui-se como a coluna social mais duradoura do estado ainda em atividade.

O colonismo social enquanto formato emergiu nos Estados Unidos na virada do século XIX para XX, estabelecendo-se no Brasil sobretudo a partir dos anos 50. Tendo como uma de suas principais características a marca autoral do colunista, as colunas sociais trazem em suas páginas juízos de valor não só a respeito de marcas, produtos, serviços e eventos, mas também sobre experiências, comportamentos e modos de vida. Assim, as colunas sociais acabam por estabelecer representações que tendem a reforçar determinados traços estéticos e de personalidade – em detrimento de outros – que incidem de forma particular sobre as mulheres.

O presente trabalho propõe-se a debater a representação das mulheres no colonismo social a partir da investigação do caderno Thaís Bezerra ao longo de suas quatro décadas de história. O estudo toma como método inicial e principal a Análise de Conteúdo (AC), somada a uma entrevista em profundidade com a colunista Thaís Bezerra. Do ponto de vista teórico, a pesquisa alinha-se à perspectiva dos Estudos Culturais, com foco em Gênero e Mídia.

O *corpus* integral da pesquisa é composto por 140 edições do caderno Thaís Bezerra publicadas entre os anos 1981 e 2018. Este período é dividido em quatro recortes temporais

denominados A, B, C e D (sendo A: 1981-1988; B: 1989-1998; C: 1999-2008 e D: 2009-2018). Para cada um dos recortes, foram sorteadas randomicamente 35 edições cujas imagens das capas contenham ao menos uma mulher retratada.

As categorias de análise aqui definidas consideram aspectos vinculados à estética (Aparência) e ao comportamento (Maneira) das personagens representadas. Após a coleta, leitura e comparação dos dados, verificamos a presença de cinco modelos de representação feminina característicos do caderno Thaís Bezerra durante o período analisado. A entrevista em profundidade foi a etapa seguinte, que serviu ao propósito de elucidar a visão da colunista sobre aspectos relacionados à produção da publicação, à imagem das mulheres nas páginas da coluna e ao seu juízo sobre si mesma no contexto profissional.

Na parte denominada *A Coluna Social*, apresentamos um breve apanhado histórico a respeito do colunismo social no mundo, no Brasil e em Sergipe, assim como discutimos suas características como formato, seu lugar dentro do campo do Jornalismo, as funções do colunista e a relação entre as mulheres e as colunas sociais. Ademais, traçamos o perfil do caderno Thaís Bezerra a partir de um resgate histórico sobre sua editora, a colunista Thaís Bezerra, que desempenha a profissão há mais de quarenta anos.

O estudo conduz-se a partir do seguinte problema de pesquisa: de que forma o caderno Thaís Bezerra, como representante do colunismo social em Sergipe, construiu e modificou sua representação das mulheres ao longo de quatro décadas? Nesse ínterim, o objetivo geral da pesquisa é identificar, acompanhar e discutir os modelos de representação feminina construídos pelo caderno Thaís Bezerra em quatro décadas de história. A pesquisa se justifica pela necessidade de aprofundar a análise sobre as representações construídas pelos produtos midiáticos, a exemplo das colunas sociais, sobretudo em relação a grupos que ocupam posições sociais de subalternização, como é o caso das mulheres. Mais além, por sua regionalidade, considerando a escassez de estudos focados em objetos produzidos e veiculados no Estado de Sergipe no campo da Comunicação Social e Estudos de Gênero, o menor estado brasileiro.



## 1. COLUNA SOCIAL: PERSPECTIVAS

Na transição do século XIX para o século XX (CRUZ, 2015), os Estados Unidos passavam por severas modificações em termos de divisões sociais, causadas pela recém-encerrada Guerra de Secessão. Como o conflito veio a assolar a região sul do país, que era então considerada o grande polo econômico do continente, outras regiões dos Estados Unidos vieram a se desenvolver. O oeste e as áreas centrais do território estadunidense iniciaram seu processo de urbanização, e no norte, a industrialização ganhou espaço. Nesse contexto, surgiram os chamados “novos ricos”, oriundos de classes sociais subalternas.

A tradicional elite sulista receava perder seu prestígio e posição de poder, sentindo a necessidade de lançar mão de novas ferramentas para reafirmar e manter seu status de privilégio. Em paralelo, os novos ricos buscavam validação para sua ascensão social. Com esse cenário estabelecido, o colunismo social encontrou um terreno favorável ao seu surgimento e expansão.

Nessa época, a lista *The Social Register* revelou-se como precursora do que viria a ser chamado colunismo social. A publicação elencava cerca de 800 famílias norte-americanas escolhidas como “as mais importantes”, destacando sua linhagem aristocrática e abrindo espaço para seu trânsito nos principais clubes e círculos sociais dos Estados Unidos (MARIA, 2008). O sucesso da lista colaborou para o surgimento dos primeiros colunistas sociais.

Com o passar dos anos e com a mudança de composição das camadas abastadas da sociedade, que não mais eram necessariamente formadas por famílias tradicionais, o caráter definitivo da *Social Register* em relação à definição de quem fazia parte da elite foi diminuído. Os chamados *café society*, frequentados por pessoas que nem sempre figuravam na *Social Register*, constituíam-se como novos e proeminentes círculos sociais.

Cunhado pelo colunista Maury Paul, o termo *café society* fazia referência aos grupos de políticos, pessoas ligadas à indústria do entretenimento e grandes empresários que se reuniam em clubes nas metrópoles estadunidenses. Nessas ocasiões, membros da elite trocavam informações privilegiadas e reafirmavam suas posições de poder.

Fosse entre a descendência da *Social Register* ou no *café society*, os colunistas já transitavam livremente entre as esferas mais altas da sociedade da época, relatando seu modo de vida e os eventos dos quais participavam. Foi em 1920, porém, que o colunista

Walter Winchell abriu outras possibilidades no colunismo social, inaugurando as chamadas *gossip columns* – ou colunas de mexericos/fofocas.

Até então, Winchell escrevia sobre os bastidores de peças teatrais e espetáculos nos quais atuava. Ao assumir uma seção no *New York Evening Post*, o colunista notabilizou-se por trazer notas sobre a vida privada das elites pontuadas por comentários sarcásticos, levantando rumores, despertando escândalos e fornecendo amplo material para fofocas (SOUZA, 2009). Esse tipo de conteúdo mostrou-se rentável e tornou-se uma grande oportunidade comercial, fixando de vez o lugar das colunas nos jornais.

Se até então os colunistas gozavam de prestígio junto às elites por seu tom bajulador, Winchell foi no caminho oposto: ganhou reconhecimento por ousar desagradar os poderosos e por quebrar o tabu de expor a vida privada desses personagens. O poder de Walter Winchell e outros colunistas sociais que seguiram seu estilo residia na possibilidade de conferir poder a outrem. Afirma Souza:

Muito antes do termo “celebridade” se tornar moeda corrente em toda a grande imprensa, o jornalista norte-americano Walter Winchell era, ele próprio, uma celebridade. Nos anos 1940, havia uma cadeira cativa em seu nome no Stork Club, um dos mais prestigiados *nightclubs* da cidade de Nova York. No cinema, recebia com frequência convites para aparições em filmes, como ele mesmo, enquanto outros estúdios criavam personagens inspirados em sua persona jornalística. No Cub Room, outro *nightclub* onde a mesa estava sempre à sua disposição, fora criado em sua homenagem um hambúrguer especial, chamado *Winchellburger*. Tanta bajulação explicava-se por um único e simples motivo: Winchell era considerado por toda a imprensa como um dos homens mais poderosos da América. (SOUZA, 2009, p. 28)

No Brasil, também no início do século XX, já existia a publicação de pequenas notas sobre eventos e autoridades, mas a figura do colunista social ainda não havia surgido nem havia se implantado o teor opinativo dos textos. A coluna *Binóculo*, publicada pela primeira vez em 1907 e assinada pelo jornalista Figueiredo Pimentel, enquadra-se como antecessora do que se tornaria o colunismo social brasileiro. No entanto, apenas na segunda metade do século é que as colunas sociais viriam a se consolidar no país.

Sobretudo a partir da década de 50, o Brasil vivia um processo de industrialização acentuado no governo de Juscelino Kubistchek e marcado pela entrada do capital estrangeiro no país (CRUZ, 2015). É nesse contexto, com a ascensão de uma nova elite industrial, que o colunismo social brasileiro toma forma, adaptado do modelo estadunidense e aos poucos ganhando contornos próprios.

O primeiro grande nome do colunismo social brasileiro em seu formato moderno é Maneco Muller. Sob o pseudônimo Jacinto de Thormes, Manuel Antônio Bernardes Muller, ou Maneco, criou a primeira coluna social moderna no Brasil, em 1945, no Diário Carioca. Seu estilo misturava sarcasmo, seriedade e esnobismo (DORNELLES, 2017).

Filho de diplomatas e poliglota, Maneco circulava desde a infância nas rodas da alta sociedade do Rio de Janeiro. Essa origem lhe possibilitou falar sem deslumbramentos sobre os chamados “colunáveis”, termo que ele mesmo cunhou para designar os personagens retratados nas colunas. Até então, o que existia no Brasil eram as “crônicas floridas”, em que os cronistas sempre se referiam aos famosos de forma lisonjeira. Os próprios termos *coluna social* e *colunista* só surgiriam mais tarde, muito por causa de Maneco. (SOUZA, 2009).

Outro nome de destaque no colunismo brasileiro é Ibrahim Sued, que assinou sua primeira coluna em 1951 e atuou como colunista até sua morte, em 1995. Tendo passado por diversos jornais, consagrou-se no O Globo por meio de um estilo de escrita agressivo e ácido. Sued não só falava sobre os hábitos das elites como também dedicava amplo espaço às notas sobre política e economia, apresentando comentários peculiares e desenvolvendo uma linguagem própria.

Antes mesmo de iniciar sua carreira como colunista, Sued demonstrou vocação para as pautas políticas ao registrar, em 1946, como repórter fotográfico, o cumprimento do então deputado federal Otávio Mangabeira ao general estadunidense Dwight Eisenhower, que comandava as tropas aliadas durante a Segunda Guerra. A imagem dava a impressão de que Mangabeira beijava a mão do general, causando grande impacto político à época. O flagrante tornou-se capa e foi responsável pela saída de Sued do anonimato.

Zózimo Barroso do Amaral, ou simplesmente Zózimo, foi outro nome relevante do colunismo brasileiro. Apesar de assinar sua primeira coluna apenas em 1969, no Jornal do Brasil, Zózimo já havia passado pelo noticiário social do O Globo. Tão refinado quanto mordaz em seus textos, Zózimo dedicou-se a um estilo de colunismo de temáticas variadas, uma espécie de “jornal dentro do jornal”. Zózimo, assim como Sued, abriu espaço para o crescimento de colunistas de renome no tempo presente.

No caso sergipano, as primeiras práticas relacionadas ao colunismo social datam do início do século XX. As notas ocupavam espaços reduzidos nos jornais e falavam sobre

aniversários, casamentos, batizados, bodas, falecimentos, cerimônias religiosas e outros eventos sociais relacionados à vida das classes dirigentes. A pesquisadora Karina Cruz – cuja dissertação de mestrado em Sociologia debruçou-se sobre o colonismo social em Sergipe – define o contexto social, econômico e político da época:

Neste período, Sergipe foi marcado pelas tentativas de democratização, pelas instabilidades políticas, pelo domínio dos senhores de açúcar, pelas tentativas de melhorias nos setores da saúde, pelos avanços tecnológicos, pela participação do Estado de Sergipe na campanha contra o analfabetismo, e pelas poucas manifestações culturais. (CRUZ, 2015, p. 54)

As primeiras décadas do século XX são marcadas pelo processo de modernização e urbanização no Brasil, com o adensamento populacional nas capitais. Em Sergipe, apesar de a maior parte da população ainda estar concentrada na zona rural até a década de 1940 (DANTAS, 2004), os intercâmbios com a capital aracajuana já eram uma realidade, propiciados pelo estabelecimento de linhas de transporte coletivo com as principais cidades do interior (MELO, 2016). A partir da capital, os ideais de modernidade se espalhavam pelo território estadual, com a entrada de novos recursos tecnológicos e hábitos. Segundo Melo:

Aqui o ser moderno estava atrelado à ânsia de se distanciar o mais depressa possível do passado colonial e imperial: ser moderno era ter costumes europeus, como fazer *footing*, beber cerveja, falar alguma coisa de francês ou inglês, visitar o Velho Continente sempre que possível, isso tudo faria a pessoa parecer moderna. O afastamento gradativo dos hábitos provincianos fazia parte desse processo, pois os valores da modernidade eram fundamentalmente urbanos. E a província queria estar a par com a atualidade (MELO, 2016, p. 50).

A necessidade de superar o passado provinciano e rural e de adotar modos de vida modernos, nesse sentido, acaba justamente por reafirmar a condição de colônia. Em texto publicado na Revista Cult<sup>1</sup> em fevereiro de 2009, o filósofo e ensaísta Francisco Bosco aborda essa relação:

Esse é o princípio do pensamento colonizado: o que fazemos aqui é pior do que o que os “colonizadores” fazem lá *pelo simples fato de que o fazemos aqui*. E isso é um modo provinciano de pensar porque incorre num localismo às avessas (mas ainda um localismo): a perspectiva adotada é a do suposto centro, de onde emana todo o comportamento correto. (BOSCO, 2009)

Na ânsia por incorporar a modernidade, portanto, parte da população sergipana acabou justamente assumindo uma visão provinciana, que foi cristalizada no imaginário social ao longo dos anos e ainda hoje se manifesta. De acordo com Bosco, a ideia de visão provinciana compreende “uma visão limitada, demasiadamente local e contingencial de um

<sup>1</sup> Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/ser-provinciano-e/>. Acesso em 19 set 2020.

problema” que não se trata de “um preconceito contra determinada origem sócio-geográfica, mas sim de um juízo político contra uma vista com antolhos” (*idem*).

O ponto de vista provinciano, nesse sentido, é considerado um terreno fértil para a popularização das colunas sociais, uma vez que essas publicações se baseiam em modos de vida referenciados no culto aos hábitos das metrópoles estrangeiras.

Entre os periódicos sergipanos que reservavam espaço para o colunismo social – Karina Cruz enumera pelo menos 11 títulos em sua dissertação – a autora destaca *A Cruzada*, surgido em 1918. Foi apenas na década de 60, entretanto, que as colunas sociais nessa publicação passaram a chamar atenção. As reportagens sociais assinadas pela colunista Tereza Neumann giravam em torno dos eventos do Iate Clube de Aracaju (ICAJU), considerado o *café society* sergipano.

Substituindo Neumann n’*A Cruzada*, a colunista Miriam Márcia obteve destaque por sua linguagem mais opinativa e adjetivada. Márcia foi a responsável por trazer a Sergipe as listas das “Dez Mais”, formato baseado na *Social Register* estadunidense e importado para o Brasil por Maneco Muller. Denominada lista das “Dez mais elegantes de Sergipe”, a enumeração apresentava divisões diferentes para senhoras e senhoritas e colocava em relevância as mulheres consideradas mais belas e bem vestidas.

Notável também é a contribuição da *Gazeta de Sergipe*, que viveu uma sucessão de colunistas desde o fim dos anos 50. Durante a década de 70, em mais um período de lacuna de colunistas, o jornalista Ivan Valença, então editor-geral da publicação, “descobriu” uma jovem de 19 anos que chamava a atenção por sua beleza e por sua desenvoltura ao se comunicar (CRUZ, 2015). Era Thaís Bezerra, que ingressou no colunismo da *Gazeta* por intermédio de Valença e já no início dos anos 80 foi convidada para assumir um espaço com sua própria assinatura no *Jornal da Cidade*.

Hoje, o caderno Thaís Bezerra é a coluna social mais tradicional do Estado ainda em atividade, considerada uma publicação de referência para a sociedade sergipana. Por sua reconhecida trajetória ao longo de quatro décadas, o caderno Thaís Bezerra foi escolhido como objeto de pesquisa deste trabalho.

## 1.1 - Características da coluna social

Desde o momento em que, na década de 20, Walter Winchell inaugurou um estilo de coluna que viria a se consagrar em todo o mundo, o colunismo social teve sua linguagem marcada pelo sarcasmo, pelo tom jocoso e, sobretudo, pelo signo da autoria. Nas palavras de José Marques de Melo, “a coluna corresponde à emergência de um tipo de jornalismo pessoal, intimamente vinculado à personalidade de seu redator” (1994, p. 137).

Até mesmo quando os padrões de objetividade e neutralidade passaram a ditar o ritmo da produção jornalística, as colunas sociais conseguiram resistir e dar continuidade ao modelo baseado em uma linguagem própria. Os ideais de objetividade e neutralidade surgiram no contexto estadunidense, como herança das coberturas de guerra – Guerra de Secessão, Primeira e Segunda Guerras Mundiais (TRAQUINA, 2005). Naquele momento, o jornalismo ganhava moldes profissionais e transformava-se em modelo de negócio, o que impôs a demanda de que as notícias fossem escritas da forma mais direta, exata e concisa possível.

Esses padrões abriram espaço para inovações técnicas a exemplo do *lead*, da *pirâmide invertida* e do *copy-desk*<sup>2</sup>, que chegaram ao Brasil em meados dos anos 1940. Nesse cenário, o espaço para a marca autoral nos textos era cada vez menor, demonstrando o diferencial das colunas sociais em relação ao conteúdo noticioso dos jornais. Afirma Souza:

o caráter polifônico das colunas de notas, com suas ironias, comentários, sua valorização do secundário ou conversa de bastidores, apresenta-se como um contraponto ao caráter da parte noticiosa e informativa do resto do jornal, em que as técnicas narrativas do lide e sublide, a proibição de dar opiniões e a restrição à objetividade constituem instrumentos que propiciam o controle da redação pelas empresas, um “engessamento” do caráter criativo do jornalista. A coluna, então, seria um espaço polifônico dentro de um jornal-empresa, que procura seguir regras monológicas. (SOUZA, 2009, p. 121)

Alguns elementos podem ser apontados a fim de identificar a marca autoral na linguagem das colunas sociais. O primeiro deles é o desenvolvimento de uma gramática

---

<sup>2</sup> O *lead* referia-se à introdução do texto, que deveria fazer um resumo da informação baseado nas perguntas: o quê?, quem?, quando?, onde? como? por quê?. A *pirâmide invertida* consistia na estruturação do texto segundo a ordem decrescente de relevância das informações, de modo a dispor os dados principais nos parágrafos iniciais da notícia. O *copy-desk* era o profissional ou grupo de profissionais responsáveis por revisar os textos e padronizá-los segundo as normas editoriais e gramáticas. (RABAÇA; BARBOSA, 2002)

própria, com a utilização de termos estrangeiros, neologismos e gírias. Sobre os estrangeirismos e neologismos, Anamaria Kovács<sup>3</sup> (1979) aponta:

Mesmo quem não lê assiduamente a coluna de Ibrahim Sued, conhece alguns termos por ele criados, como "locomotiva", "pantera", "cocada", "deslumbrada" – todos referentes aos personagens femininos da coluna – ou expressões como "bomba", "bola branca" e a adaptação fonética do francês "à demain": "ademã", popularizadas, além da coluna, pelo programa que o colunista tinha na televisão, poucos anos atrás.

Um dos processos usados na criação de novas palavras é a abreviação: champanha vira "champã", sucesso é "su", aniversário é "niver", Teatro Municipal é "Muni". (KOVÁCS, 1979, p. 68)

Souza (2009) destaca o frequente uso de bordões e outros lugares-comuns, citando o exemplo do sergipano radicado no Rio de Janeiro Ancelmo Gois: o colunista costuma usar o bordão “turma da coluna” para remeter a si mesmo e à equipe por trás da seção. A utilização destes vocábulos tem o objetivo de criar um estilo próprio com o qual o leitor possa se identificar.

Outra característica da linguagem da coluna social é o uso de “diminutivos afetivos e aumentativos afetados” (KOVÁCS, 1979, p. 68), assim como apelidos. Essa medida busca não só estabelecer uma identificação do colunista com o leitor, mas também com os colunáveis. Se o colunista dispõe de liberdade suficiente para referir-se ao colunável pelo apelido, caracterizá-lo de forma superlativa ou mesmo demonstrar intimidade com o uso de diminutivos, é notável que esse profissional se coloca no mesmo nível daqueles sobre os quais escreve.

O emprego de diminutivos, aumentativos e hipérboles está relacionado ao perfil conotativo da linguagem nas colunas sociais. De acordo com Kovács:

Neste texto alternam-se dois tipos de significação de palavras. O extensional ou denotativo, usado em descrições objetivas e na divulgação das ações reais dos personagens, como as festas, casamentos, viagens, compras. E o significado intencional ou conotativo, próprio da descrição das ações irrealis, propícias à evasão e ao sonho, à projeção e à identificação. É carregado de adjetivos, advérbios e palavras de elevado grau de conotação. (KOVÁCS, 1979, p. 63)

Segundo a autora, a identificação relaciona-se com a assimilação de um modelo de forma inconsciente por um indivíduo, que tende a reproduzi-lo e a tentar participar dele. A identificação “ultrapassa os limites do sonho e se realiza na imitação”. (KOVÁCS, 1979, p.

---

<sup>3</sup> Ainda que reconheçamos tratar-se de um trabalho antigo, a pesquisa de Anamaria Kovács é considerada uma importante referência nos estudos sobre colunismo social no Brasil. Com ressalvas a determinados trechos e conceitos datados, seu trabalho detalha processos e relações ainda aplicáveis a certas colunas sociais brasileiras atualmente, incluindo aquela que é objeto desta investigação, além de fornecer uma visão histórica. Por esses motivos, consideramos pertinentes as contribuições de Kovács a este estudo.

43). A projeção, por sua vez, ficaria restrita ao campo do imaginário. Ambos seriam tipos de reação psicológica dos receptores das colunas.

O uso de termos caracterizadores – como adjetivos, advérbios e expressões equivalentes – se coloca, portanto, na função de descrever o que está além do plano da materialidade nas colunas. São termos utilizados para transformar pessoas reais em mitos (KOVÁCS, 1979). Não à toa, a autora considera que a linguagem da coluna social se divide entre pólos distintos, de modo que sua principal característica é a ambiguidade:

a coluna social se situa entre os dois planos – o da objetividade e o da ficção. Está numa zona nebulosa, em que a realidade e a irrealidade se confundem: a zona dos mitos, dos rumores, dos boatos. É a reinterpretação da realidade de um modo que não é nem inteiramente objetivo nem inteiramente ficcional – deixa margem à dúvida, dá oportunidade ao desmentido, possibilita uma nova interpretação. Situa-se, portanto, ao nível do discurso (KOVÁCS, 1979, p. 41)

Mais uma característica do estilo das colunas sociais é a ideia de continuidade das narrativas. Essa continuidade se expressa em dois sentidos: primeiro, dentro da própria coluna, com a inserção de notas sincopadas; segundo, de uma coluna para outra, considerando que a audiência já vem acompanhando os acontecimentos e personagens apresentados na coluna nos dias anteriores.

O estilo das notas sincopadas foi importado dos Estados Unidos para o Brasil por Maneco Muller, ditando o ritmo do colunismo social desde então (MARIA, 2011; SOUZA, 2009; DORNELLES, 2017). A prática consiste em completar uma nota a partir do que foi dito na nota anterior, compondo um bloco de informação. De forma sequencial, as notas dialogam entre si. Esse recurso busca estabelecer uma relação de proximidade com o leitor, além de fidelizá-lo por meio de um contrato de leitura (SOUZA, 2009). Já acostumada à coluna, a audiência frequente é capaz de compor um repertório de informações que subsidie a produção de sentidos até mesmo quando nem todos os dados sobre determinado fato ou personagem estão explícitos. Estar habituado aos ‘causos’ que se passam nas colunas sociais pode trazer ao leitor a sensação de assumir um posto intermediário, a meio caminho dos colunáveis.

A marca autoral do colunista e, mais do que isso, sua opinião, são também expressas quando as notas ganham títulos que lhes servem como comentários, já determinando o tom do texto. Souza (2009) ilustra essa ideia apresentando o exemplo da coluna assinada por Ricardo Boechat na edição de 30 de novembro de 2005 do Jornal do Brasil: em uma nota que aborda o atraso do salário de professores aposentados por ação da



prefeitura do Rio de Janeiro, o texto aparece encimado pelo termo “golpe”, ao passo que é concluído pela expressão “conversa fiada”. O uso dessas expressões manifesta o descrédito do colunista em relação à prefeitura, bem como seu desacordo com a situação relatada.

Em suma, a linguagem da coluna social se define por uma gramática própria – baseada em neologismos, estrangeirismos, diminutivos, aumentativos, apelidos, gírias e bordões – e por técnicas narrativas – como a continuidade e o comentário – que lhes trazem um caráter essencialmente autoral, sarcástico e bem-humorado. Embora tenha se renovado ao longo dos anos, a linguagem das colunas expressa tais marcas até hoje. Essa linguagem, que se constrói na fronteira entre a conotação e a denotação, busca estabelecer um estilo próprio, capaz de cativar o leitor.

## **1.2 - O espaço da coluna social no Jornalismo**

O lugar da coluna social no jornalismo ainda não é ponto pacífico entre pesquisadores, nem sequer entre os próprios profissionais da área. Ainda que guarde certas semelhanças com o conteúdo noticioso dos jornais, a exemplo da busca e exposição de informações novas e atuais, o colunismo social assume especificidades relacionadas à sua forma, linguagem e temas.

Antes de qualquer esforço que busque situar a coluna social, no entanto, é necessário resgatar os contornos da própria coluna enquanto formato. Segundo Rabaça e Barbosa, a coluna é a:

seção especializada de jornal ou revista, publicada com regularidade, geralmente assinada, e redigida em estilo mais livre e pessoal do que o noticiário comum. Compõe-se de notas, sueltos, crônicas, artigos ou textos-legendas, podendo adotar, lado a lado, várias dessas formas. As colunas mantêm um título ou cabeçalho constante, e são diagramadas geralmente numa posição fixa e sempre na mesma página, o que facilita a sua localização imediata pelos leitores (RABAÇA; BARBOSA, 2002, p. 148)

A coluna, portanto, se diferencia de outras categorias de textos jornalísticos, sobretudo pela sua marca autoral (expressa tanto pela assinatura quanto pelo estilo pessoal de escrita) e por posicionar-se à parte do restante do conteúdo, em local fixo.

Considerando o aspecto da linguagem, ao expressar a marca pessoal do autor em seus textos, a coluna social acaba por identificar-se como um gênero opinativo, segundo o enquadramento de José Marques de Melo na obra “Jornalismo: compreensão e reinvenção” (2009). No texto, o autor documenta a “Classificação Marques de Melo”, modelo que se tornou amplamente aceito nas escolas de Jornalismo e Comunicação do Brasil e que sugere

a divisão do jornalismo em gêneros e formatos. Nesse esquema, o gênero opinativo é apontado como um dos cinco gêneros jornalísticos, sendo os demais o informativo, o interpretativo, o diversional e o utilitário. A coluna seria um dos formatos pertencentes ao gênero opinativo, ao lado do editorial, do comentário, do artigo, da resenha, da caricatura, da carta e da crônica.

A coluna social, por sua vez, ou “coluna de mexericos”, seria um dos quatro tipos de coluna existentes no jornalismo segundo Marques de Melo (1994), baseado nos conceitos do pesquisador estadunidense Frank Fraser Bond. As demais seriam a coluna padrão, a coluna miscelânea e a coluna sobre bastidores da política. O enquadramento da coluna social como formato do gênero opinativo é corroborado por diversos autores (DORNELLES, 2017; MARIA, 2008; MESQUITA, 2013). Marques de Melo afirma, inclusive, que:

Aparentemente a coluna tem caráter informativo, registrando apenas o que está correndo na sociedade. Mas, na prática é uma seção que emite juízos de valor, com sutileza ou de modo ostensivo. O próprio ato de selecionar os fatos e os personagens a merecerem registro já revela o seu caráter opinativo.

A coluna tem fisionomia levemente persuasiva. Não se limita a emitir uma simples opinião. Vai mais longe: conduz os que formam a opinião pública, veiculando versões dos fatos que lhe darão contorno definitivo. (MARQUES DE MELO, 1994, p. 138)

O comentário do autor demonstra que as colunas, e em especial as colunas sociais, assumem um viés prescritivo ao estabelecer validações e recomendações. Outro diferencial da coluna social, nessa perspectiva, estaria no foco nas pessoas, sobretudo as da alta sociedade, embora haja espaço também para assuntos como cinema, teatro, música, esportes e economia. O autor considera que a coluna funciona como um espaço estruturado por unidades curtas de informação e opinião em que se entrecruzam diversas formas de expressão noticiosa (MARQUES DE MELO, 1994).

Nesse sentido, nota-se uma peculiaridade no que tange à sua forma: além da diagramação diferenciada, em separado, o conteúdo das colunas costuma apresentar-se em blocos curtos. Na mesma seara, Kovács diz que a “coluna social pode ser definida como uma montagem de notícias” (1979, p. 41).

As concepções de Rabaça e Barbosa (2002), Marques de Melo (2009, 1994) e Kovács (1979) sobre as colunas e, em específico, sobre as colunas sociais, põem como certo que: a) *espacialmente*, a coluna social apresenta-se à parte dos demais conteúdos do jornal; b) *linguisticamente*, a coluna social é marcada por um texto autoral e opinativo; c)

*tematicamente*, a coluna social tem foco principal nas pessoas da alta sociedade e seus modos de vida, apresentando recomendações e validações.

Essas características – sobretudo as duas últimas – fazem com que o enquadramento da coluna social no gênero opinativo não se mostre como uma classificação definitiva. Para Anamaria Kovács, “existe muito mais correlação entre a coluna social e a imprensa dita de entretenimento ou lazer, do que entre ela e o conteúdo noticioso do jornal” (1979, p. 39). Esta relação residiria, entre outros fatores, na identificação entre a linguagem e os temas da coluna social e das revistas.

Esse movimento de aproximação da coluna social à revista alinha-se ao percurso que a associa também à chamada imprensa feminina e à fofoca ou mexerico. Como salienta Souza (2009), durante o surgimento do colunismo social, no começo do século XX, as colunas eram reconhecidas como a parte dedicada às mulheres no jornal. A seção funcionava como um respiro nas publicações, cujos assuntos amenos contrastavam com o conteúdo “pesado” do restante do jornal durante a fase do *yellow journalism*<sup>4</sup>. As notas sobre pessoas da alta sociedade eram responsáveis pelo caráter leve das colunas sociais.

Trazendo especulações, insinuações e informações de cunho privado, as colunas sociais eram então denominadas *gossip columns*. Ao estudar a relação entre coluna social e fofoca, Francinetti da Silva (2010) explica que, historicamente, a figura feminina se associa à origem e difusão das fofocas, o que justificaria o fato de esse tipo de conteúdo ser visto como atrativo para as mulheres leitoras. A autora ressalta, porém, que pesquisas da década de 80 centraram-se em explicitar a falta de relação entre a fofoca enquanto fenômeno e o gênero de quem a transmite.

Se o espaço das fofocas era reservado à audiência feminina, as mulheres eram entendidas, portanto, como consumidoras de mexericos. Dessa maneira, as fofocas sobre a vida de figuras proeminentes tornaram-se assuntos incorporados à imprensa feminina (BUITONI, 1986). Uma vez que “a imprensa feminina elegeu a revista como seu veículo por excelência” (BUITONI, 1986, p. 17), a fofoca e a vida de pessoas famosas acabaram tornando-se um dos temas frequentes no conteúdo de revistas voltadas a mulheres.

---

<sup>4</sup> Conforme Rabaça e Barbosa (2002), a expressão *yellow journalism* (no Brasil, *imprensa marrom*) nasceu nos Estados Unidos, no fim do século XIX, para designar a imprensa sensacionalista em um âmbito de acirrada competição por audiência. Nessa fase, o conteúdo dos jornais era marcado pela exposição crua e gráfica da violência, com frequentes histórias relacionadas a crimes e mortes.

Se o local da coluna social no jornal pode ser identificado como uma “revista diária” (KOVÁCS, 1979) e se os profissionais da imprensa feminina – que tem a revista como principal veículo – qualificam o que fazem como “jornalismo de amenidades, esclarecimentos, serviço, entretenimento” (BUITONI, 1986, p. 11), uma aproximação entre coluna social, revista, entretenimento e fofoca ganha respaldo.

Assim sendo, a coluna social, mais do que um tipo de coluna vinculada ao jornalismo opinativo, alinha-se também ao jornalismo de entretenimento e celebridades, além de dispor de pontos em comum com a chamada imprensa feminina.

Mesquita identifica que a classificação da coluna social como entretenimento acaba por encaixá-la também nos domínios do jornalismo cultural. Esse movimento está relacionado à tendência brasileira de redução do campo cultural ao entretenimento, “priorizando a tematização e o agendamento de atividades, eventos e programas que visam à diversão do seu público” (2013, p. 07).

Por seu turno, Francinetti da Silva (2010) cita a existência de pesquisadores que reconhecem a coluna social como uma mistura entre literatura e jornalismo, a exemplo do crítico cultural Afrânio Coutinho. Tal designação encontraria sustento no fato de que a coluna traz, ao mesmo tempo, o estilo narrativo das crônicas e a dispersão de acontecimentos do noticiário.

Em outra instância, a coluna social abre espaço para o desenvolvimento de subtipos dentro da atividade. É o caso do jornalismo político das colunas sociais, ou jornalismo político das colunas de notas. O conceito é abordado pelos pesquisadores Murilo César Ramos e Davi Emerich (1997), que definem um novo recorte de pesquisa no que concerne ao colunismo social. Este subtipo de coluna encontra grande adesão no eixo Rio-São Paulo e nos grandes centros brasileiros.

Nesse sentido, é notável como o colunismo sofre mudanças em suas dinâmicas a depender do contexto geográfico. Enquanto nos grandes centros as colunas assumem feições mais políticas, o modelo exercido no interior e nas periferias brasileiras é uma herança do estilo de Sued e Zózimo, centrado nas elites e seus modos de vida. No caso do caderno Thaís Bezerra, embora sejam tratados temas políticos e variedades, a vida das elites ainda é um dos alicerces temáticos da publicação – o que demonstra uma forte influência de um modelo clássico.

A ampliação do escopo do colunismo social, segundo Gonçalves (1999), deve-se às mudanças na composição das elites, fazendo com que as colunas passassem de um modelo clássico (praticado hoje nas cidades interioranas, sobretudo) a um modelo contemporâneo (praticado nas capitais e grandes cidades). Enquanto o colunismo clássico seria marcado por eleger como colunáveis figuras da aristocracia, dispostas a aparecer e exaltar suas posses, o colunismo contemporâneo “seria uma atividade fundada em restos inautênticos de uma época fausta que desabou com o envelhecimento dos heróis da vida frívola” (GONÇALVES, 1999, p. 37).

Ainda na visão de Gonçalves, os colunistas clássicos não só defendiam o direito das elites de apresentarem-se como detentoras de poder e status como desprezavam o populacho. Os contemporâneos, por sua vez, tornaram-se colunistas de variedades e despersonalizaram suas atuações.

Souza (2009) também identifica mudanças no colunismo social, dividindo o processo de desenvolvimento da atividade em três fases: de 1940 a 1960 (tendo como referência a figura de Maneco Muller); de 1960 a 1980 (sendo Ibrahim Sued e Zózimo os principais símbolos) e de 1980 até os dias atuais (com Ancelmo Gois, Monica Bergamo e Ricardo Boechat como nomes de destaque). Para fins de organização, dividiremos e resumiremos as mudanças apontadas pelo autor em quatro grupos: Tema; Linguagem e *modus operandi*; Influência; Contexto.

No que diz respeito ao Tema, Souza afirma que o período de 1940 a 1960 foi marcado pelo foco no estilo de vida das famílias de linhagem aristocrática e das classes abastadas. De 1960 a 1980, as colunas tornaram-se mais variadas, com a inserção de assuntos como política, economia, cultura e esportes. As personalidades televisivas também começaram a aparecer como assunto, denotando um movimento em que os colunáveis são definidos pela esfera midiática (SOUZA, 2009). De 1980 até hoje, figuras políticas passaram a ganhar destaque, com ênfase em informações de bastidores da política e da economia, obtidas com exclusividade.

No que tange à Linguagem e ao *modus operandi*, o autor considera que entre os anos 1940 a 1960 os textos eram escritos em tom de crônica e marcados pela informalidade, pedantismo, estrangeirismo, humor e ironia. Os colunistas atuavam sozinhos, promoviam e participavam de eventos sociais e costumavam produzir listas dos personagens mais

elegantes e/ou importantes. As amenidades eram responsáveis pela tônica da coluna. De 1950 em diante, as fotos tornaram-se obrigatórias.

De 1960 a 1980, por sua vez, como o teor das colunas passou a ser mais político, o tom frívolo foi substituído por notícias curtas, objetivas e diretas. Os estrangeirismos foram, aos poucos, sendo deixados de lado. Nas fotografias – algumas já coloridas – figuravam, sobretudo, atores estrangeiros.

De 1980 até os tempos atuais, as colunas avançaram alguns passos em direção a uma pretensa objetividade e passaram a desempenhar funções de agendamento, pautando outras editoriais e antecipando manchetes. Essa, inclusive, é uma das principais características que o autor elenca para diferenciar o estilo do colunismo social nos Estados Unidos, onde a atividade se desenvolveu, e no Brasil: “Além de dispensar o caráter híbrido que estas colunas tomaram no Brasil, é impensável que uma coluna americana, por exemplo, traga um furo jornalístico que pautará a imprensa nos dias seguintes, como ocorre com frequência em nosso país” (SOUZA, 2009, p. 68).

Também nessa época, a linguagem mostrou-se leve e informal, com presença de frases curtas, estilo direto, trocadilhos, bordões e comentários jocosos. Nas fotos, a burguesia perdeu espaço e os leitores passaram a colaborar com imagens de sua autoria. As caricaturas foram inseridas como mais um elemento imagético. O limite entre as esferas pública e privada fez-se mais estreito: “assuntos altamente importantes da política nacional podem vir ao lado do “furo” da gravidez de uma celebridade” (SOUZA, 2009, p. 144).

Sobre a Influência, dos anos 1940 a 1960 os colunistas atuavam como “árbitros do gosto”, dando lições de etiqueta e promovendo indústrias de consumo e lazer. Entre 1960 e 1980, o prestígio dos colunistas se manteve, assim como seus conselhos sobre comportamento. Nesse ponto, no entanto, o colunista passou a criticar as decisões e medidas das autoridades e a lhes fazer apelos em nome da população. Já de 1980 em diante, as colunas passaram a funcionar como âncoras de leitura dos jornais, “funcionando como mini-jornais dentro de uma publicação de referência” (SOUZA, 2009, p. 143). As críticas às autoridades continuaram.

Por fim, o Contexto de cada época teve influência sobre as mudanças do colunismo. O período entre 1940 a 1960 foi marcado pelo surgimento de uma burguesia nacional urbana no rastro da industrialização. De 1960 a 1980, um dos marcos que mais influenciou

a dinâmica das colunas sociais foi a transferência da capital do Rio de Janeiro para Brasília e a consequente necessidade de abranger novos públicos. A ditadura militar também impôs mudanças, restringindo o conteúdo das colunas a amenidades e levando muitos colunistas a burlarem as regras. Também nessa época, a emergência da televisão como veículo de massa tornou atores e apresentadores personagens frequentes das colunas. Após 1980, o processo de redemocratização e o advento da internet impuseram novos ritmos às colunas.

Ainda no que tange às mudanças sofridas pelo colunismo social ao longo dos anos, é conveniente mencionar o fato de que, em seu auge no Brasil, a atividade deixou de ter lugar apenas na imprensa escrita, chegando a aparecer também em outras mídias. Exemplo é o caso de Ibrahim Sued, que entre 1966 e 1974 apresentou o programa “Ibrahim Sued Repórter<sup>5</sup>”, na TV Globo. A atração, que funcionava como uma adaptação televisiva da coluna assinada por Sued no jornal O Globo, foi ao ar de segunda a sexta, na faixa do horário nobre – o que denota sua popularidade e importância estratégica para a emissora.

Em Sergipe, a colunista Thaís Bezerra também produz conteúdo para a televisão desde 1987, tendo estreado com o Programa Chá das Cinco na TV Atalaia. Tendo integrado também a programação da extinta TV Cidade, a colunista apresentou o programa TB Clic, que ia ao ar aos domingos pela manhã. O registro mais antigo deste programa disponível no YouTube data de janeiro de 2008<sup>6</sup>, embora a atração lhe seja anterior. Até 2019, a colunista apresentou o programa semanal Thaís Bezerra na TV Atalaia (atualmente em hiato), também na faixa da manhã dos domingos.

A internet também mostrou-se como um terreno fértil para o colunismo social, que constituiu novas configurações nesse espaço. Inicialmente, os sites e blogs especializados tornaram-se suporte de divulgação de bastidores das vidas das celebridades, com especial atenção às fotografias. Sites como o Ego<sup>7</sup>, que foi criado em 2006 e esteve ativo por 11 anos, criaram grandes demandas por imagens exclusivas obtidas por *paparazzis* e se notabilizaram por registrar até mesmo os acontecimentos mais triviais do cotidiano de celebridades da TV. Nesse sentido, o colunismo social aproximou-se do jornalismo de celebridades.

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://tinyurl.com/y63wl6ez>> Acesso em: 20 jan 2021.

<sup>6</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7IRupZMbCpo&t=2s>> Acesso em: 04 jun 2019.

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://ego.globo.com/>> Acesso em: 06 mai 2019.

Em outro momento, a popularização das redes sociais, sobretudo a partir de 2010, propiciou uma dispersão do colunismo social e da própria função de colunista, sobretudo com a ascensão dos chamados influenciadores digitais. Se antes os colunistas eram responsáveis por narrar os acontecimentos sociais, essa narrativa passou a ser contada em primeira pessoa pelos influenciadores através das redes. Comenta Souza:

Estes novos “colunistas sociais” não precisam ser jornalistas formados, nem trabalhar em jornais ou revistas. Em sua totalidade, provêm da internet, e começaram a postar suas “notícias” por meio de aparelhos celulares com acesso à internet, acessando redes sociais como o Facebook ou o Twitter. Por vezes, o que eles informam é repercutido pela mídia tradicional, levando a uma convergência entre mídias analógicas e digitais (SOUZA, 2012, p. 02)

Uma das maiores mudanças observadas pelo autor nesse fluxo é o das postagens em tempo real, que propicia a divulgação de eventos que estão ocorrendo naquele exato momento. Se nas colunas impressas o colunista teria que esperar até o dia seguinte para falar sobre determinada festa, as redes sociais permitem não só a instantaneidade da cobertura como criam espaço para uma espécie de serviço de utilidade pública, em que os interessados podem comparecer a um evento que ainda está acontecendo.

Diante do exposto, nota-se que o enquadramento da coluna social como um tipo dentro do gênero opinativo no jornalismo não satisfaz a complexidade da atividade. Transitando pela linguagem da revista e assumindo a fofoca como base identitária, a coluna se aproxima do jornalismo de cultura/entretenimento. Utilizando-se também de um tom próximo ao da crônica, a coluna identifica-se com a literatura.

Em outro sentido, a coluna expande-se a ponto de acomodar modelos clássicos e contemporâneos, de inaugurar subtipos (como o jornalismo político das colunas de notas) e de sair do impresso à TV e à internet. Fazem-se convenientes, assim, as palavras de José Marques de Melo: “A coluna tem na sua identidade esse hibridismo que advém da convivência com os gêneros mais próximos” (1994, p. 144). O hibridismo da coluna social também é reconhecido por outros autores (FRANCINETI DA SILVA, 2010; SOUZA, 2009).

### **1.3 - O lugar do colunista social: um ponto de vista próprio**

“O colunista social é, em primeiro lugar, um jornalista. É pago pelo jornal para divulgar notícias que interessem aos seus leitores e que vendam o jornal” (KOVÁCS, 1979, p. 55). Embora a citação de Anamaria Kovács demonstre sustentação lógica, a caracterização do colunista como profissional demanda uma análise mais abrangente. Se o



lugar da coluna no jornalismo não é ponto pacífico, tampouco o é o lugar do colunista neste ofício.

Como já mencionado, o século XX trouxe consigo imposições linguísticas e técnicas para o jornalismo visando a aproximação de um modelo de objetividade, que foi importado dos Estados Unidos para o Brasil em meados da década de 40 (SOUZA 2007; 2012). Nesse cenário, a coluna social se transformava em um dos últimos refúgios de uma linguagem subjetiva e opinativa, dentro da qual o colunista podia lançar mão de adjetivos, superlativos, neologismos, estrangeirismos e outros elementos que cada vez mais o distanciavam das seções noticiosas do jornal.

Essa peculiaridade linguística que marcou todo o desenvolvimento do colunismo, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos, impôs diferenças entre colunistas e jornalistas. Ademais, os próprios critérios de profissionalismo e aptidão no caso dos colunistas tendem a ser mais flexíveis.

Nesse sentido, Gonçalves sublinha que o conteúdo do noticiário cotidiano dos jornais “não pode se dar ao luxo da dubiedade explícita. Ele oculta seus processos produtivos e suas táticas expositivas, procurando gerar nos leitores uma confiabilidade baseada no sentimento de que nada de importante existe fora dos limites do texto/imagem” (1999, p. 46).

Essa postura vai à contramão da prática dos colunistas, que não só investem na dubiedade – a partir, por exemplo, de insinuações – como baseiam sua confiabilidade justamente na construção de uma impressão de que há sempre algo mais fora da notícia, e de que são eles os únicos capazes de garimpar essas informações ocultas nos bastidores da elite. Nas palavras de Cruz, o colunista se expressa no “avesso do modo jornalístico de contar um fato” (2015, p. 60).

A partir de outras lentes, enquanto a dinâmica de trabalho dos jornalistas passa pela aplicação e aperfeiçoamento de técnicas textuais, a dos colunistas teria relação com seu traquejo social e com sua compreensão das engrenagens socioeconômicas (CRUZ, 2015). Mesmo que a função de colunista social não implique necessariamente uma educação formal no jornalismo – não se exige diploma para a atuação na área, como reforça Cruz (2015), – é equivocado dizer que esses profissionais não atuem como repórteres. Sua rotina de trabalho inclui um constante processo de apuração, por vezes sem jornada de trabalho

regular e em um esforço autônomo. Em entrevista citada por Gonçalves (1999), a colunista Joyce Pascowitch chega a comparar seu trabalho de busca pelas informações com o ofício de um garimpeiro.

O fato de o colunista não somente ir em busca de informações que possam compor sua coluna como também decidir o que pode ou não lhe servir de conteúdo, aproxima esse profissional de mais uma função no jornalismo: a de *gatekeeper*. Essa relação foi identificada por Souza (2009), que destaca a relação entre colunistas e assessores de imprensa. Nelson Traquina explica a teoria do *gatekeeping*:

o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. (TRAQUINA, 2005, p. 150)

Além da apuração, o colunista precisa manter uma extensa rede de contatos e informantes, que inclui figuras do alto escalão político e econômico. Essa rede pode trazer aos colunistas uma posição privilegiada diante das informações e decisões que circulam nas esferas de poder.

Como aponta Souza (2009), durante o período da Ditadura Militar no Brasil (1964-1985), os textos dos colunistas sociais não eram analisados pelos censores com o mesmo rigor que os conteúdos noticiosos cotidianos pelo fato de as colunas serem vistas como espaço de futilidades. Assim, as colunas serviam como brechas através das quais eram divulgadas informações em primeira mão sobre as medidas governamentais – ainda que em linguagem cifrada, em alguns casos – obtidas por meio do prestígio dos colunistas e de seu empenho na função da reportagem.

Ainda hoje, políticos divulgam com exclusividade aos colunistas informações sobre os bastidores do poder. A estreita relação entre colunistas e figuras da política, inclusive, foi responsável pelo advento do chamado jornalismo político das colunas de notas. Souza pontua que “Mesmo as colunas eminentemente políticas dos dias de hoje, aprenderam muito com os artifícios usados pelos colunistas sociais que trabalharam durante a ditadura militar” (2009, p. 70). Se a coluna, portanto, mostra-se como local onde “lances podem ser antecipados” (GONÇALVES, 1999, p. 43), o colunista é aquele que antecipa os lances.

Outro aspecto que aproxima os colunistas da função de repórter é o fato de que são reconhecidos pelas entidades sindicais jornalísticas, incluindo registros profissionais em

órgãos de classe, como destaca Cruz (2015). Por outro lado, a busca pelo estabelecimento de fronteiras profissionais pelos próprios colunistas demarca uma autoconsciência em relação às peculiaridades desse ofício. Ilustra essa noção o surgimento da Associação Brasileira de Colunistas Sociais (Abracos) em 1986, que passou a denominar-se como Federação, e da Associação Paulista de Colunistas Sociais (Apacos) em 1988. Outra entidade desta natureza foi constituída em 2014, intitulada Associação Brasileira de Colunistas Sociais e Mídia Eletrônica (Abracosme). Curiosamente, a maioria dos colunistas que integra esses órgãos provém de cidades interioranas, o que reforça as diferenças geográficas no colunismo.

Outros elementos são atribuídos aos colunistas de modo a diferenciá-los de outros profissionais. Segundo José Marques de Melo, na figura do colunista “Jornalismo e comercialização se envolvem profundamente” (1994, p. 143). Em seu papel de articulador comercial, o colunista garante anúncios e patrocínios para sua coluna que muitas vezes tem “mais a ver com as relações pessoais entre os colunistas e os empresários do que com uma avaliação judiciosa dos objetivos e possibilidades comerciais da publicidade” (GONÇALVES, 1999, p. 43). Há que se destacar, portanto, o caráter publicitário no ofício do colunista. Nesse andamento, Anamaria Kovács comenta:

Assim como é usada para veicular anúncios, a coluna social transmite também notas sobre inaugurações, *vernissages*, *premières* de filmes, noites de autógrafos – que não deixam de ser um acontecimento social, ao mesmo tempo que lançam um produto, ao lado de lojas, automóveis, perfumes e joalheiros famosos (...). Tudo é anunciado, tudo pode ser consumido: a cultura, sob a forma de livros, peças de teatro, *shows*, concertos, espetáculos de dança, conferências, filmes, discos, quadros, objetos de arte ou artesanato; a beleza, sob a forma de clínicas e cirurgias famosas; os artistas, na medida em que se expõem aos *media*; a indústria, na medida em que contribui para a confecção de objetos de cultura e consumo, e o comércio, que os vende. À coluna social, assim como ao jornal, interessa sobretudo o anunciante (KOVÁCS, 1979, p. 60)

Desta maneira, o colunista lista e recomenda produtos, serviços, acontecimentos, profissionais, empresas e até mesmo personalidades e comportamentos cotidianamente, texto após texto. Nas palavras de Gonçalves, os colunistas se colocam na posição de “administradores de um espaço de circulação de coisas e gentes” (1999, p. 42) e de “comerciantes de comportamentos” (*idem*, p. 45). Em consonância, afirma Kovács que “o colunista trabalha para as indústrias de consumo que anunciam no seu jornal e torna-se vendedor não só desses produtos, mas também da própria cultura, que acaba se transformando em bem de consumo” (1979, p. 82).

Essas relações pessoais e comerciais podem garantir aos colunistas benefícios, presentes e outros rendimentos materiais a fim de completar sua renda. Gonçalves (1999) chega a exemplificar casos de jornais do interior de São Paulo e do Paraná em que colunistas cobram cachês por suas presenças em eventos. Também no intuito de angariar lucros, alguns colunistas promovem festas, premiações, concursos e outras cerimônias.

Outro propósito da realização de eventos é prover material para sua própria coluna e colocar-se em mesmo nível de importância que seus colunáveis, a ponto de ser reconhecido por seus pares. Nesse sentido, Kovács pontua: “Além de apoiar a sua credibilidade junto ao público nas suas relações pessoais com as autoridades, o jornalista precisa provar que realmente circula nos meios que descreve. Para isto, não só usa a autopromoção, mas também conta com o apoio dos colegas” (1979, p. 57).

Nesse aspecto, Pereira e Mesquita (2012) se apropriam de princípios etnometodológicos para refletir sobre as relações no ambiente da coluna social. Entre os conceitos utilizados está o de *membro*, que se adequa ao propósito de descrever o vínculo entre colunistas e colunáveis:

para a etnometodologia, membro não é apenas um ente que pertence a um determinado grupo, mas, ao contrário, é um ente que compartilha a construção social daquele determinado grupo, dominando sua linguagem natural. Em outros termos, é membro o indivíduo que domina a linguagem comum do grupo, que interage com os outros membros, administrando, com propriedade, essa linguagem. (PEREIRA E MESQUITA, 2012, p. 55)

Ao exibir seu domínio sobre os códigos dos colunáveis, o jornalista mostra a si mesmo como alguém habituado – ainda que artificialmente, de forma não inata – ao lugar social das elites ou, ao menos, como alguém que detém passe livre para circular nesse ambiente. Nas palavras de Kovács, “O jornalista é e não é um membro da classe A” (1979, p. 83).

Essa união entre jornalista e colunáveis em um só grupo capaz de constituir e expressar um mesmo modo de vida encaixa-se com o conceito de *equipe*, proposto por Erving Goffman, definido como “qualquer grupo de indivíduos que cooperem na encenação de uma rotina particular” (1985, p. 78). A encenação da equipe de jornalista e colunáveis ocorreria, nesse raciocínio, diante da plateia – termo utilizado pelo próprio Goffman – formada pelo público leitor.

Ao se colocar em pé de igualdade com seus colunáveis, circulando nos mesmos cenários e com eles partilhando experiências, o colunista apresenta-se como digno de credibilidade e testifica aquilo que prescreve. Mais além de enumerar, indicar e legitimar o que se deve consumir, dita também de que forma esse consumo deve ocorrer.

Outras funções podem ser apontadas como coerentes à persona do colunista. Na visão de Kovács (1979), cabe a esse profissional a posição de oráculo ou sábio na medida em que dá conselhos ao público sobre como se comportar e o que pensar diante da vida e do mundo. Outra posição assumida pelo colunista, para a autora, é a de mediador entre leitores e classe A. Além de transmitir os acontecimentos, personagens e modos de vida das elites para os leitores, o colunista também atua no sentido inverso, fazendo apelos às autoridades em nome do público.

Dentro de seu papel de mediador, é cabível notar o fato de que é por meio do colunista que a materialidade ganha determinados sentidos na coluna (KOVÁCS, 1979). Isso ocorre, especificamente, em se tratando das fotografias, uma vez que o texto a elas associado costuma trazer não só elementos descritivos, mas também juízos de valor. O sentido atribuído pelo colunista às imagens e comunicado ao público, portanto, pode ser mais profundo do que a materialidade que as fotografias expõe.

Com base nos casos de jornais do interior de São Paulo e do Paraná, Gonçalves (1999) ainda aponta como atributo do colunista a função de mantenedor do *status quo*. O autor pontua que esses profissionais são cautelosos em relação a inovações temáticas não só para adequarem-se à demanda dos donos dos jornais e dos anunciantes, mas também à dos leitores.

De acordo com essa visão, a “monotonia temática” das colunas sociais – em que os acontecimentos permanecem os mesmos embora mudem os personagens – estaria a serviço da defesa de um projeto conservador pelos colunistas, que por vezes chegam a exibir discursos panfletários.

A última função do colunista que merece relevo é a de registrador sociográfico, com base na visão de Gonçalves (1999). Para o autor, esse profissional é capaz de registrar através de suas colunas o comportamento das elites e o ordenamento da sociedade, bem como fenômenos sociais. Assim, o colunista daria conta de uma sociografia popular, entendida como uma

*representação globalizante*, um conjunto de declarações (descritivas, explicativas, justificativas) fundado em alguma ontologia implícita, da *ordem social* por pessoas que não são profissionais do ofício sociológico. Nesta acepção, ela é um componente fundamental das *pautas orientadoras* das ações de indivíduos e grupos (GONÇALVES, 1999, p. 49)

Cumprindo em paralelo as funções de repórter, *gatekeeper*, articulador comercial, oráculo, mediador, mantenedor do *status quo* e registrador sociográfico, o colunista revela-se como um profissional de feições híbridas, que obedece a uma lógica própria de trabalho embora se encontre circunscrito ao ramo do jornalismo. Cabe a esse profissional, então, “agregar valores distintos abarcados em outras dimensões sociais, capitanear recursos sociais, acrescentar e refinar habilidades” (CRUZ, 2015, p. 81).

Nesse ponto, faz-se necessário identificar quais elementos configuram a personalidade peculiar do ofício de colunista. É notável o esforço de Cruz (2015) ao enumerar requisitos de seleção e estratégias de manutenção ligadas a esse profissional.

Entre os requisitos de seleção, a autora aponta: 1) a habilidade *interacional*, que inclui a noção de trânsito entre grupos dirigentes e círculos restritos, a facilidade em estabelecer e cativar vínculos e o carisma; 2) a habilidade de *reprodutor de hábitos*, que se refere à qualidade de incorporar e reproduzir costumes dos grupos dirigentes a fim de mostrar-se um fiel integrante dessa classe; e 3) a habilidade do *feeling*, identificada como a capacidade de detectar alterações e latências na esfera social dos grupos dirigentes, incluindo a identificação dos novos ricos. (CRUZ, 2015)

Quanto às estratégias de manutenção dos colunistas, são destacadas: 1) a *vinculação a grandes famílias*, com o intuito de inserir-se no reduto das camadas dirigentes, frequentar seus eventos, projetar-se na carreira e conseguir informações privilegiadas; 2) o *network*, que se relaciona com a construção de uma agenda de contatos e com a ampliação das possibilidades de atuação nas diversas esferas sociais; e 3) o *marketing pessoal* ou *construção da imagem*, que tem a ver com o desenvolvimento de mecanismos de distinção própria ligados à apresentação estética, às relações sociais, aos hábitos e à personalidade – vestimenta, presença em eventos e viagens, envolvimento com personalidades, boa educação e extroversão, por exemplo. (CRUZ, 2015).

Diante dos diversos elementos que compõem a figura e o repertório de aptidões do colunista, fazem-se adequadas as palavras de José Marques de Melo: “o colunista extrapola

a sua atuação profissional como jornalista. Deixa de ser um mero observador da realidade para registrá-la e valorá-la, assumindo o papel de *promotor social*” (1994, p. 143).

Em tópicos anteriores, pontuamos o deslocamento da coluna social para outras mídias, como a televisão e a internet. E se a coluna passa por mudanças, assim também ocorre com o colunista. Se a partir da década de 60 os colunistas ocupam o papel de apresentadores de TV, com a popularização das redes sociais, o ofício do colunista sofre uma espécie de dissolução. O papel de mediação desempenhado pelo colunista foi reduzido (SOUZA, 2012) na medida em que os usuários das redes sociais, tendo seu próprio suporte de mídia à disposição, ganharam a possibilidade de sobrepor os papéis de colunista e colunável. Cada usuário pode, assim, tornar-se colunista a serviço de si mesmo, vendendo sua própria imagem, recomendando os produtos que consome, os locais que frequenta e as pessoas com as quais se relaciona. A necessidade do selo do colunista como “árbitro do gosto” foi esvaziada. Nasce, dessa maneira, a figura do influenciador digital como novo formador de opinião entre o público.

Postos os aspectos relacionados ao histórico do colunismo social, suas características e espaço no jornalismo, bem como o papel dos colunistas sociais, caberiam a esta pesquisa apontamentos sobre a perspectiva do público. A escassez de estudos de recepção sobre o tema, no entanto, inviabiliza tal esforço. O desenvolvimento de futuras pesquisas de recepção em torno da audiência das colunas sociais, dessa forma, mostra-se como um possível caminho de continuidade para o presente trabalho.

#### **1.4 - Mulheres na coluna social: a marca do Outro**

Desde o princípio da atividade, o colunismo social reservou a mulheres uma visão diferente daquela dirigida a homens. Exemplifica este fato a popularização das chamadas listas das “Dez Mais” no Brasil em meados do século XX, incluindo uma versão sergipana – “As dez mais elegantes de Sergipe”, formulada pela colunista Miriam Márcia para o jornal A Cruzada (CRUZ, 2015).

As listas, que se inspiravam no formato da *Social Register*, colocavam em destaque mulheres consideradas elegantes e bem vestidas e era composta, em sua maioria, por esposas e filhas de homens com grande poder aquisitivo e status social. Durante a década de 50, as mulheres listadas tinham seus nomes omitidos, sendo citadas pelos nomes de seus cônjuges (SOUZA, 2009).

Maria (2011) ressalta que a vida de colunável entre mulheres começava mais cedo que entre homens durante o desenvolvimento da atividade. Por volta dos 15 anos, adolescentes eram apresentadas à sociedade através das colunas sociais no contexto dos bailes de debutantes:

A busca por visibilidade social começava cedo, sobretudo para as mulheres. A entrada feminina para o "*high society*" era marcada por ritos que as apresentavam à sociedade, delimitando os caminhos para as apresentar ao "mercado matrimonial", como o chamou Bourdieu. O objetivo era assegurar um bom casamento para as moças. O casamento figurava como um dos objetivos da vida feminina, vigorando como uma via legítima de transferência de riqueza e de bens simbólicos. (MARIA, 2011, p. 121)

Esses exemplos chamam a atenção para duas ponderações: como a adequação de ordem estética funciona, historicamente, como critério distintivo para a aparição de mulheres nas páginas das colunas sociais e como imagens femininas subjugam-se às masculinas nesse espaço.

Souza (2009) e Dornelles (2017) também citam que durante meados do século XX, no período de surgimento e estabelecimento do colunismo social como atividade, as colunas eram vistas como a parte informal do jornal, voltada ao público feminino. Nesse sentido, é possível estabelecer uma vinculação entre o colunismo social e a chamada imprensa feminina, tendo em vista a conceituação de Dulcília Buitoni de que a “imprensa feminina é aquela dirigida e pensada para mulheres” (1986, p. 16).

A relação entre a coluna social e a imprensa feminina, inclusive, é reconhecida por José Marques de Melo na obra “Teoria do Jornalismo: identidades brasileiras” (2006), que chega a inserir um subtítulo denominado “Colunismo Social” no capítulo “Jornalismo feminino: a representação da mulher moderna”. Ainda que brevemente, o autor denomina o colunismo como um gênero jornalístico de larga adesão entre o público leitor feminino.

A aproximação entre colunismo e imprensa feminina se dá, ainda, em relação aos temas abordados. Como já exposto, alguns assuntos que circulam no universo das colunas sociais são celebridades, relacionamentos, comportamento, moda, etiqueta, consumo e decoração. Esses mesmos temas, segundo Buitoni (1981), estão presentes na imprensa feminina, podendo ser resumidos no tripé *moda, casa e coração*: os dois primeiros representam cuidados da ordem da aparência, enquanto o último está relacionado à ordem do sentimento. A semelhança passa, também, pela função econômica das publicações –



ambos recomendam produtos, serviços e eventos consonantes com um modo de vida específico.

A definição de áreas de interesse para mulheres, tanto em relação ao colonismo social quanto na chamada imprensa feminina, é passível das mais variadas críticas e questionamentos. A noção da divisão sexual do trabalho presente nos estudos de Hirata e Kergoat (2007), que será aprofundada posteriormente, oferece elementos de contestação a essa definição e nos ajuda a entender de onde ela parte. Nesse sentido, as alusões ao trabalho de Buitoni – considerado referência nos estudos sobre imprensa feminina – nesta pesquisa tem o propósito de demonstrar como, historicamente, os produtos midiáticos tendem a enxergar mulheres em uma perspectiva reducionista e essencialista.

Sendo o chamado “público feminino” o principal alvo das colunas sociais, a presença de mulheres como pautas dessas publicações torna-se um movimento esperado. Nesse ponto, Maria (2011) argumenta que nem sempre essa aparição ocorria de forma positiva, citando o exemplo das colunas de Ibrahim Sued. O colunista utilizava termos próprios para se referir a figuras femininas e chegou a criar uma personagem que servia de síntese a todos os comportamentos e características considerados por ele como desagradáveis em uma mulher: a *Dama de Preto*:

Essa personagem representava a falta de elegância e bons modos, então entendidos neste momento como fundamentais a uma mulher: dotes, submissão ao marido, feminilidade, apreço pela educação dos filhos, temperamento calmo (...). A “Dama de Preto” também representava as mulheres fáceis, levianas, escandalosas, “maçanetas”, “vassourinhas”, mulheres que segundo o vocabulário da época representavam o fato “passarem de mão em mão” (*sic*) (MARIA, 2011, p. 105)

Em seus textos, Sued costumava expressar conselhos do tipo “Falar em voz alta e dar estridentes gargalhadas nunca é elegante para uma mulher” (MARIA, 2011, p. 108) e “Uma mulher nunca deve, na rua, dirigir cumprimento a um homem” (*idem*) como pertencentes à seara da etiqueta e da elegância.

Os padrões de consumo recomendados e validados pelos colunistas, portanto, se estendem e aprofundam na medida em que, ao lado de produtos, serviços e eventos, aparecem modos de ser e estar, direcionados com mais frequência a mulheres e sob lentes masculinas. Gestos, hábitos, ideias e virtudes – ligados à esfera do subjetivo, insubstancial – se alinham a bens e experiências econômicas – da esfera do material, concreto – e os equiparam em valor simbólico.

Ainda no que diz respeito ao caso de Ibrahim Sued, seus conselhos de etiqueta e estilo direcionavam-se também a homens: “No casamento, o noivo nunca poderá usar *smoking*, gravata de cor, sapato marrom, etc” (MARIA, 2011, p. 107) e “O homem deve evitar ao máximo o uso de jóias. Um homem sóbrio e elegante usa apenas cigarreira e abotoaduras” (*idem*, p. 108). Nota-se, no entanto, que enquanto para homens as recomendações restringiam-se ao plano estético, para mulheres chegavam à atitude e à conduta.

Notavelmente, quaisquer generalizações que se baseiem unicamente no caso de Sued são, no mínimo, precipitadas. Apesar disso, o fato de o colunista ter assumido uma posição tão emblemática, servindo de parâmetro para o estabelecimento do formato da coluna social no Brasil, revela certa inclinação dessa atividade ao desequilíbrio na forma de referir-se a homens e mulheres.

Como observa Travancas, ao fazer recomendações de comportamento a mulheres, o colunista não está “noticiando um fato, ou descrevendo aspectos da vida do *high society*, mas ajudando a construir um ideal de mulher, com o qual as mulheres da elite possam se identificar e as das outras classes se espelhar” (2001, p. 120).

Do trabalho de Anamaria Kovács (1979) podem ser depreendidas outras referências às figuras de mulheres no ambiente da coluna social. São registros sobre o que os colunistas Ibrahim Sued e Zózimo expressavam nas colunas que assinavam, bem como opiniões da própria autora. Ao listar os tipos de personagens que aparecem nas colunas sociais, Kovács aponta as chamadas *starlets*, modelos fotográficos e manequins, denominando-as como mulheres que acompanham homens famosos e “estão na fila para a Fama e se utilizam deste meio para aparecer” (1979, p. 43). Aponta também as chamadas *play-girls*, “mulheres ricas e desinibidas, casadas ou não, que aparecem frequentemente com homens diferentes e servem de matéria prima para escândalos, sejam eles verdadeiros ou não” (*idem*).

Os dois arquétipos observados por Kovács – que podem ser entendidos como a mulher aproveitadora e a mulher escandalosa – demonstram como figuras femininas nas colunas sociais são cercadas por estereótipos<sup>8</sup>. Em ambos os casos, mulheres são descritas como pessoas que se valem da associação a figuras masculinas para estar em evidência.

---

<sup>8</sup> Em Hall, o estereótipo é apresentado como uma forma de representação que “reduz as pessoas a algumas poucas características simples e essenciais, que são representadas como fixas por natureza” (HALL, 2016, p. 190). Dessa maneira, o estereótipo, segundo o autor, contribui para a manutenção da ordem social e simbólica e estabelece uma fronteira de poder, definindo incluídos e excluídos.

Seja por meio da fama ou por servirem de pivôs de polêmicas, os homens, nesse cenário, tornam-se meio para a entrada de mulheres no status de colunáveis. Nesse sentido, a autora destaca o envolvimento em escândalos como estratégia de permanência no universo das colunas (KOVÁCS, 1979).

Outro arquétipo é citado como recorrente nas colunas sociais: o da mulher anfitriã, quase sempre esposa de um chefe de governo, que organiza recepções e eventos (KOVÁCS, 1979). Embora não se trate de uma descrição necessariamente negativa, é interessante notar que, mais uma vez, mulheres aparecem em associação a figuras masculinas, com áreas de atuação circunscritas ao ambiente doméstico.

Os estereótipos ficam evidentes ainda na crítica das colunas de Sued e Zózimo a Brigitte Bardot (ex-atriz e atual ativista), Jacqueline Kennedy Onassis e Betty Ford (ambas ex-primeiras-damas dos Estados Unidos, já falecidas). Ford foi criticada por suas declarações em defesa da liberdade sexual feminina; Onassis por aparecer nua em fotografias registradas por um *paparazzi* e divulgadas sem seu consentimento; e Bardot por se submeter a cirurgias plásticas e por sua idade, considerada avançada aos 43 anos. Sobre a última, Kovács comenta: “os meios de comunicação não toleram um ídolo idoso (salvo raras exceções), seu estereótipo é jovem, belo, saudável, fisicamente perfeito e elegante no vestir” (1979, p. 44)

Tais críticas convidam ao cultivo de imagens femininas baseadas no recato, no pudor, na valorização da juventude e de uma beleza “natural”. Uma vez que a lógica das colunas baseia-se, segundo Kovács (1979), na identificação, é possível dizer que a audiência tende a incorporar os parâmetros utilizados na caracterização dos personagens das colunas para avaliar a si mesma.

As colunas sociais sustentam, ainda, estereótipos sobre a relação de mulheres entre si. Denota essa noção o caso da coluna de Ibrahim Sued que, ao referir-se a um evento promovido pela família Rainier, afirma que Grace Kelly (ex-atriz e princesa de Mônaco, já falecida) “deixa sua filha Caroline no chinelo” (KOVÁCS, 1979, p. 77). Percebe-se nessa ocasião o estímulo do colunista à rivalidade feminina, ainda que as mulheres em questão sejam mãe e filha.

As notas de Anamaria Kovács demonstram também que, não bastasse indicar características físicas e psicológicas recomendáveis a mulheres, as colunas sociais ainda

pautam seu discurso sobre personagens femininas de um ponto de vista essencialmente hegemônico.

Nesse ponto, é cabível contextualizar (ainda que resumidamente) a noção de hegemonia, mencionada de forma reiterada e central ao longo deste trabalho. Nesse sentido, buscamos abordar o conceito a partir do referencial teórico dos Estudos Culturais, recorrendo à leitura de Stuart Hall (2003) sobre Antonio Gramsci.

Segundo Hall, Gramsci (marxista) teceu críticas ao próprio marxismo por não acreditar que uma visão meramente economicista, postulada pelo materialismo histórico, desse conta de explicar o desequilíbrio de forças na sociedade. Para Gramsci, seria necessária uma interpretação que não partisse de uma via de “mão única”, mas que considerasse as “relações de forças sociais”.

Na visão de Gramsci, por Hall, as lutas políticas e sociais não compreenderiam as noções de “vitória absoluta” ou “total incorporação de um conjunto de forças sobre outro”, mas sim uma tendência ao equilíbrio, gerando o chamado “equilíbrio instável”. De cada lado dessas lutas estariam as classes, que não seriam grupos naturalmente estáveis e unitários, mas perpassados por conflitos de interesses e historicamente segmentados, apesar de compartilharem “certas condições comuns de existência”.

Nesse cenário, em momentos históricos e condições específicas, seria estabelecida “a hegemonia de um grupo social principal sobre uma série de grupos subordinados” (HALL, 2003, p. 311). Esse processo ocorreria pela “coordenação de interesses de um grupo dominante aos interesses gerais dos outros grupos e à vida do estado como um todo” (*idem*). É nesse sentido que Hall apresenta a seguinte síntese:

devemos observar o caráter multidimensional que envolve diversas arenas da hegemonia. Ela não pode ser construída ou sustentada sobre uma única frente de luta (por exemplo, a econômica). Ela representa o grau de autoridade exercido de uma só vez sobre uma série de “posições”. O domínio não é simplesmente imposto, nem possui um caráter dominador. Efetivamente, resulta da conquista de um grau substancial de consentimento popular. Representa, portanto, o estabelecimento de uma enorme capacidade de autoridade social e moral, não dirigida simplesmente aos partidários imediatos, mas à sociedade como um todo. É essa “autoridade” bem como o alcance e a diversidade dos locais sobre os quais a “liderança” é exercida que possibilitam a “propagação” temporária de uma vontade coletiva intelectual, moral, política e econômica na sociedade. (HALL, 2003, p. 312)

Ampliando a análise, Hall afirma que a hegemonia cultural está relacionada à mudança no equilíbrio de poder e nas disposições das relações da cultura, e não a um jogo

de “perde-ganha”. Nesse ínterim, Raymond Williams apresenta algumas considerações sobre o processo de construção e manutenção dos domínios hegemônicos. Para o autor, a hegemonia é

todo um conjunto de práticas e expectativas sobre a totalidade da vida: nossos sentidos e distribuição de energia, nossa percepção de nós mesmos e nosso mundo. É um sistema vivido de significados e valores – constitutivo e constituidor – que, ao serem experimentados como práticas, parecem confirmar-se reciprocamente. Constitui assim um senso de realidade para a maioria das pessoas na sociedade, um senso de realidade absoluta, porque experimentada, e além da qual é muito difícil para a maioria dos membros da sociedade movimentar-se, na maioria das áreas de sua vida. (WILLIAMS, 1979, 113)

O comentário de Williams demonstra as dificuldades de tensionamento dentro dos limites hegemônicos, que estariam relacionadas ao “processo contínuo de formação e de superação de equilíbrios instáveis” inscrito na obra de Gramsci e citado por Hall. Falar sobre hegemonia, portanto, é falar sobre uma forma bastante particular de dominação, que não se expressa de forma direta, impositiva, vertical ou transparente – e, por isso mesmo, eficaz e poderosa.

O ponto de vista hegemônico exerce controle sobre os corpos, em especial corpos femininos. Nas colunas sociais, o porte físico magro e esculpido à base de dietas e exercícios é geralmente retratado como o ideal. Nesse quesito, Travancas observa, no contexto da década de 90 e das colunas de Ibrahim Sued:

As mulheres ligeiramente musculosas são os novos modelos de beleza e saúde. São mulheres que podem se dar ao luxo de frequentar duas horas diárias de uma academia de ginástica e dispor de muitos outros cuidados com o corpo (...) É interessante notar como dentro do comportamento há por parte do colunista a intenção de estabelecer um padrão de atitudes muitas vezes inacessíveis para o resto das “mortais”, como o ideal de mulher bonita que se comporta dentro dos moldes pré-estabelecidos pela sociedade e pela coluna. (TRAVANCAS, 2001, p. 120)

Em síntese, o corpo descrito como desejável pelas colunas é acessível apenas a uma parcela privilegiada entre as mulheres: aquelas que dispõem de tempo e dinheiro para proceder aos devidos cuidados. Esse mesmo recorte hegemônico é perceptível em relação ao tom de pele das retratadas. Nesse quesito, é pertinente a análise de Dulcília Buitoni sobre a imprensa feminina, também cabível às colunas sociais: “A imprensa feminina não mostra a negra, a índia, a japonesa; não mostra a pobre nem a velha – apresenta como ideal a mulher branca, classe média para cima e jovem” (1981, p.78).

A partir do texto de Kovács, é possível desenvolver também uma reflexão sobre a ideia de normatividade e, por consequência, de hegemonia. Acerca do exemplo da

fotografia da coluna de Zózimo, mencionado anteriormente, a autora afirma que a imagem agrada aos homens (por apresentar moças de biquíni) e às mulheres, que se veem estimuladas a reproduzir o feitio de figuras femininas consideradas atraentes.

Se a reação esperada de uma leitora ao deparar-se com a imagem de uma mulher atraente é, necessariamente, a ambição de equipará-la ou mesmo superá-la em termos de beleza, o que se reforça é, mais uma vez, a noção de rivalidade feminina, além da adequação a padrões estéticos específicos. Da mesma forma, se o que se espera de um leitor diante da fotografia de uma mulher atraente é que, necessariamente, ele demonstre desejo sexual por essa mulher, é afirmada a ideia de heterossexualidade compulsória e a naturalização da objetificação dos corpos femininos.

É perceptível, portanto, que a relação entre mulheres e as colunas sociais se desenvolve de forma peculiar ao longo da história. Desde o início, quando a coluna era vista como espaço destinado a mulheres dentro do jornal; passando pelas listas que destacavam mulheres conforme critérios estéticos e de vinculação a figuras masculinas; chegando aos estereótipos nas descrições e às recomendações de características físicas e comportamentais desejáveis para mulheres; o colunismo social se mostra um espaço de criação e manutenção de expectativas e padrões de gênero.

Esse espaço diferenciado ao qual mulheres foram relegadas dentro das colunas sociais é passível de grandes questionamentos. Seja na visão da futilidade como tema e marca feminina, seja na noção do desejo por tornar-se colunável como inerente a mulheres, seja na questão do olhar normativo que cerca as figuras femininas, é fato que as discussões sobre mulheres no colunismo social são pautadas em generalizações obsoletas e determinismos misóginos.

Na obra *A mística feminina*, a escritora e ativista Betty Friedan desmistifica já nos anos 70 a ideia de que o desinteresse por temas sociais é uma característica natural de mulheres e que o público feminino seria dado a assuntos triviais de maneira inata. Em sua análise, a autora mostra como as publicações vinculadas à imprensa feminina estadunidense nas décadas de 50 e 60 foram esvaziadas de qualquer conteúdo que se distanciasse do tripé *moda, casa e coração*, citado por Buitoni (1981).

Esse esvaziamento, no entanto, não ocorreu por uma demanda do público feminino; pelo contrário: o corpo editorial das publicações (composto em sua maioria por homens)

reduziu os horizontes de temas das revistas em uma tentativa de condicionar e restringir mulheres aos papéis de mães, esposas e donas de casa, associados a uma suposta “feminilidade”. Nesse contexto, assuntos que tivessem o potencial de despertar o desejo de seguir uma profissão e uma carreira e de buscar independência fora do ambiente doméstico – expectativas cabíveis à masculinidade, como sublinham Hirata e Kergoat (2007) – foram gradualmente reprimidos.

Em 1960, um psicólogo mostrou-me deprimentes estatísticas que provavam sem sombra de dúvidas que a mulher americana com menos de trinta e cinco anos não estava interessada em política. “Possui o direito de voto, mas não sonha em apresentar-se como candidata” — contou-me. “Não lê artigos políticos. É preciso traduzi-los em termos que ela compreenda: romance, gravidez, decoração do lar, roupas. Se alguém escrever um artigo sobre economia, a questão racial, os direitos civis, terá a impressão de que as mulheres jamais ouviram falar nisso”. E talvez não tivessem mesmo. Ideias não são como os instintos, que saltam intactos para a mente. São comunicados pela educação, pela palavra impressa. As novas donas de casa que abandonam o ginásio ou a universidade para casar não lêem livros, é o que dizem os questionários psicológicos. Lêem somente revistas. E estas são de opinião que hoje a mulher não se interessa por idéias. (FRIEDAN, 1971, p. 47 – grafia da época)

Dessa maneira, o lugar do trivial, do fútil e do irrelevante foi aculturado a mulheres como sua área de competência a fim de sustentar um modelo de sociedade que atribui aos homens todas as decisões de ordem política e econômica. A mulheres caberia o contentamento com posições de subordinação, passividade e inferioridade, destino que lhes fora supostamente dado pela natureza e pela biologia, em uma perspectiva essencialista, mas que seria de fato uma interpretação cultural do biológico.

Esse modelo foi incorporado pela sociedade – com o auxílio das teses de Sigmund Freud e outros pensadores – de tal modo a constituir o que Friedan denomina “a mística feminina”, causa do “problema sem nome”:

A mística feminina afirma que o valor mais alto e o compromisso único da mulher é a realização de sua feminilidade. Afirma ainda que o grande erro da cultura ocidental, no decorrer dos séculos, foi a desvalorização dessa feminilidade. Diz ainda que esta é tão misteriosa, intuitiva e próxima à criação e à origem da vida, que a ciência humana talvez jamais a compreenda. Contudo, por mais essencial e diferente que seja, de modo algum é inferior à natureza do homem; em certos aspectos pode até ser superior. O erro, diz a mística, a raiz do problema feminino no passado, é que as mulheres invejavam os homens, tentavam ser como eles, em lugar de aceitar sua própria natureza, que só pode encontrar realização na passividade sexual, no domínio do macho, na criação dos filhos, e no amor materno. (FRIEDAN, 1971, p. 40)

O *problema sem nome*, portanto, caracteriza-se pela insatisfação de mulheres diante da falta de propósito e do sentimento de insuficiência em suas vidas, restritas à família e ao lar. É preciso levar em conta, no entanto, que os conceitos da mística e do *problema sem*

*nome* partem de um ponto de vista sectário, que considera apenas mulheres brancas, heterossexuais, cisgênero e de classe média como mulheres, ignorando os corpos e modos de vida de mulheres negras, lésbicas, trans e pobres. A realidade das mulheres descritas por Friedan não era – e ainda hoje não é – condizente com a das mulheres que se encontravam muito abaixo na pirâmide social dos Estados Unidos no que concerne a direitos conquistados. O que para mulheres brancas significava angústia e aflição, para mulheres negras ainda era utopia. Nesse sentido, a crítica apresentada por Friedan, apesar de válida, pode ser considerada limitada e superficial.

As palavras de Betty Friedan encontram eco na obra da filósofa francesa Simone de Beauvoir, embora esta lhe seja anterior. Em *O segundo sexo* (1970), a autora defende que narrativas institucionalizadas como as da biologia e da religião contribuíram para que o ponto de vista androcêntrico se tornasse hegemônico ao longo da história da humanidade. Sendo o homem a referência de ser humano, o Eu, a mulher foi designada como ser cuja existência só faz sentido a partir de sua diferença em relação a esse Eu: a mulher é o Outro. Enquanto o homem é visto ao mesmo tempo como neutro e positivo, a mulher seria o elemento negativo.

Assim, Beauvoir traz a noção de que mulheres são compreendidas na sociedade de acordo com as funções desempenhadas a partir do homem e a serviço dele: mães e cuidadoras, esposas e parceiras sexuais, donas de casa e criadas – os mesmos papéis destacados nas revistas femininas mencionadas por Friedan.

O conceito de Beauvoir é aplicável à observação das colunas sociais: uma vez que essa parte do jornal foi inicialmente reconhecida como direcionada a mulheres, implica-se que o restante do conteúdo da publicação era visto como se não lhes dissesse respeito. Mulheres, como *Outro*, teriam acesso a uma seção específica do jornal; homens, como *Eu neutro*, seriam vistos como público por excelência, com acesso garantido a todo o conteúdo.

Cabe a ressalva de que este *Outro* apresentado por Beauvoir novamente diz respeito a mulheres socialmente privilegiadas. Assim, emerge a pergunta: se determinados corpos e vivências de mulheres não são considerados nem *Eu* nem *Outro*, como poderiam ser denominados dentro das relações de poder beauvoirianas?



Retomando as discussões sobre a denominação da imprensa feminina, Buitoni comenta:

Imprensa feminina é um conceito definitivamente sexuado: o sexo de seu público faz parte de sua natureza. Desde que surgiu no mundo ocidental, no fim do século XVII, já trouxe a destinação às mulheres no próprio título do jornal – *Lady's Mercury* – prática a persistir até hoje. A começar do nome, a maioria das publicações, programas de rádio e TV femininos indicam claramente para quem se dirigem.

Na imprensa em geral, tal distinção de público não aconteceu no passado. Embora lidos predominantemente por homens – os únicos letrados que lhes tinham acesso – os jornais eram destinados a pessoas de ambos os sexos. Não existia uma imprensa masculina. (...) Enquanto a imprensa feminina teve em vista desde logo a mulher, a imprensa masculina, dirigida ao homem, só veio a constituir-se bem depois, em função da segmentação de mercado. (BUITONI, 1986, p. 07)

Assim como a audiência às quais se destinam, as publicações da imprensa feminina – e aqui encaixamos, por contiguidade, as colunas sociais – são definidas pela marca da diferença em relação a um padrão preponderante: o homem e a “imprensa em geral”. É a diferença, inclusive, um dos elementos definidores da identidade, como abordaremos adiante.

### 1.5 - Representação: definições e contradições

Estudado por diversos autores, o fenômeno da representação incorpora diferentes elementos a depender da área do conhecimento de onde partem as investigações. Considerando o conceito formulado por Erving Goffman na obra *A representação do Eu na Vida Cotidiana* (1985), que se baseia em uma visão dramatúrgica, a representação pode ser entendida como “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência” (GOFFMAN, 1985, p. 29).

Servindo como ponto de partida, a afirmação de Goffman insere alguns importantes marcos para entender o fenômeno da representação. O primeiro deles é a necessidade da existência de “observadores”, ou indivíduos que testemunhem ao desenrolar da representação. Tal premissa implica que, para existir, a representação compreende, no mínimo, dois entes: aquele que desempenha a representação e aquele que a assiste e/ou lhe serve de receptor. No caso das colunas sociais<sup>9</sup>, objeto de estudo deste trabalho, os

---

<sup>9</sup> Para Goffman, as representações decorrem de encontros diretos, quando “as pessoas entram na presença física imediata umas das outras” (GOFFMAN, 1985, p. 233). Nesse sentido, o status das colunas sociais como espaços de representação poderia ser questionado, uma vez que inviabilizam o elemento presencial. No entanto, Goffman também apresenta o conceito de estabelecimento social, sendo este o local onde os atores representam diante da plateia e produzem significado. Para o autor, o estabelecimento social significa

colunáveis seriam responsáveis por desempenhar a representação, enquanto o público leitor testemunharia a essa performance.

Outra implicação do conceito de Goffman é a existência de “alguma influência”. Ou seja: a representação gera uma resposta naquele e daquele que a testemunha. Desta maneira, é cabível dizer que a representação produz significados ou sentidos.

A produção de significados é um dos aspectos mencionados por Kathryn Woodward (2014) no ensaio *Identidade e Diferença: Uma introdução teórica e conceitual*, ao estabelecer seu conceito de representação:

A representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeito. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Podemos inclusive sugerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo no qual podemos nos tornar. A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser? Os discursos e os sistemas de representação constroem os lugares a partir dos quais os indivíduos podem se posicionar e a partir dos quais podem falar. (WOODWARD, 2014, p. 17-18)

Nos termos de Woodward, portanto, a representação tem como principal característica seu estreito vínculo com o processo de construção e afirmação das identidades. Essa mesma noção é sublinhada por Stuart Hall (2016), que considera a representação como um processo de produção de sentidos feito a partir da linguagem. Para Hall e Woodward, o sentido estabelece limites de pertencimento e diferença entre os indivíduos.

Seja no recorte de quem testemunha a representação, como sublinha Goffman, ou na perspectiva do sujeito representante, como destacam Woodward e Hall, é cabível dizer que a representação é um fenômeno produtivo. Nela, são geradas posições sociais. Para Goffman, o processo de produção de significados na representação é baseado na forma como o indivíduo se projeta diante do ambiente e daqueles que o circundam. O autor intitula os elementos envolvidos nessa projeção como Fachada, definindo-a como “o

---

“qualquer lugar limitado por barreiras estabelecidas à percepção, no qual se realiza regularmente uma forma particular de atividade” (*idem*, p. 218). A partir dessa afirmação, as colunas sociais encaixam-se na definição de estabelecimento social, uma vez que contemplam lugar específico (ainda que não seja um território, mas a extensão da publicação em si), barreiras à percepção (ausência de som, movimento, instantaneidade) e forma particular de atividade (prática do colonismo social).

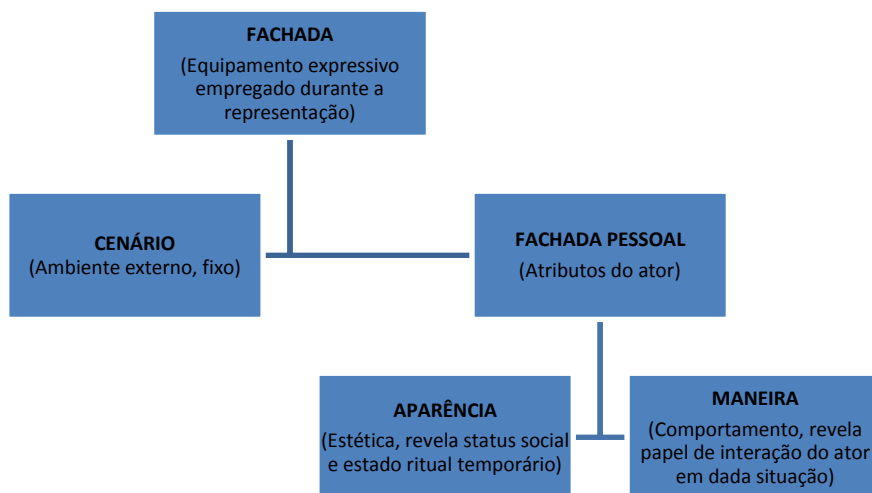
equipamento expressivo do tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação.” (GOFFMAN, 1985, p. 29).

A Fachada, por seu turno, é constituída por diferentes estímulos. O primeiro deles, fixo, é denominado Cenário, caracterizado como “a mobília, a decoração, a disposição física e outros elementos do pano de fundo que vão constituir o cenário e os suportes do palco para o desenrolar da ação humana” (*idem*). Convém observar que, por constituir seu repertório teórico através da vivência no ambiente dramatúrgico, Goffman utiliza termos inspirados pelo universo teatral, além de alicerçar seu argumento em uma lógica própria do jogo cênico. Para o autor, a representação é, em suma, uma encenação, de modo que quem a desempenha é considerado um ator (ou grupo de atores) e quem a testemunha integra a plateia. O conceito de representação, no entanto, compreende outras possibilidades e arranjos, como pontuaremos adiante.

Como o Cenário diz respeito ao ambiente no qual a representação se desenrola, Goffman segue considerando também os atributos daqueles a quem nomina como atores. A esses elementos, o autor se refere como Fachada Pessoal, entre os quais se listam “os distintivos da função ou da categoria, vestuário, sexo, idade e características raciais, altura e aparência, padrões de linguagem, expressões faciais, gestos corporais e coisas semelhantes” (GOFFMAN, 1985, p. 31). São, portanto, itens do equipamento expressivo identificados com o próprio ator.

Embora reconheçamos o Cenário como um elemento de grande valor para compreender o fenômeno da representação, neste trabalho consideraremos apenas os elementos da Fachada Pessoal por entender que a análise centra-se, sobretudo, nos personagens (atores) e suas subjetividades.

A Fachada Pessoal, segundo Goffman, se subdivide em dois outros estímulos: Aparência e Maneira. Enquanto a Aparência diz respeito aos “estímulos que funcionam no momento para nos revelar o status social do ator” e que “nos informam também sobre o estado ritual temporário do indivíduo” (GOFFMAN, 1985, p. 31), a Maneira relaciona-se com “os estímulos que funcionam no momento para nos informar sobre o papel de interação que o ator espera desempenhar na situação que se aproxima” (*idem*). Os conceitos de Aparência e Maneira são utilizados neste trabalho como chaves para a categorização aplicada na etapa da Análise de Conteúdo, como descrito na seção sobre a trajetória metodológica.



**Figura 1 - Elementos mobilizados na/pela representação, segundo Erving Goffman**

A Aparência abarca elementos da ordem do estético, abrangendo desde características inerentes ao indivíduo (como expresso neste trabalho pelas categorias *Tom de Pele* e *Cabelo*, por exemplo, que revelam o status social das personagens) até aspectos mutáveis (como demonstra a categoria *Vestuário*, que aponta o estado ritual temporário das mulheres retratadas). A Maneira, por sua vez, está ligada ao comportamento do indivíduo em dado momento e situação (como expressam aqui as categorias *Colocação em Cena* e *Interação*).

Além da perspectiva de Goffman da representação como jogo cênico baseado em dois entes (atores e plateia), é possível entender o fenômeno a partir da inserção de mais um ente no processo: aquele que constrói a representação de alguém diante de outrem, conduzindo ativamente a dinâmica da produção de significado. Se, para Goffman, a representação inclui o ato de um indivíduo (ou grupo) de apresentar-se diante de outra pessoa (ou outras pessoas), é também possível que um indivíduo seja apresentado e tenha sua imagem descrita e construída por outro diante de um terceiro. O movimento de encenação afirmado por Goffman, portanto, dá lugar a um caráter de descrição.

No que tange às colunas sociais, o arranjo tríplice do fenômeno da representação e o alinhamento a um viés descritivo se expressaria na figura do colunista social. Como terceiro ente, o colunista opera o processo representacional e toma parte na produção de sentido ao construir e reproduzir imagens de determinados indivíduos (colunáveis) perante testemunhas (público leitor).

Nesse sentido, Serge Moscovici (2003) parte do referencial da Psicologia Social para constituir a Teoria das Representações Sociais (TRS). O autor aponta o papel das representações na construção do conhecimento coletivo da sociedade, constituindo o senso comum. Para o autor, as representações teriam a função de convencionalizar – ou seja, criar consensos e sentidos – a respeito dos objetos, pessoas e acontecimentos. Além disso, as representações serviriam ao propósito de prescrever sobre o que e como devemos pensar. Para Moscovici, as representações

são impostas sobre nós, transmitidas e são o produto de uma seqüência completa de elaborações e mudanças que ocorrem no decurso do tempo e são o resultado de sucessivas gerações. Todos os sistemas de classificação, todas as imagens e todas as descrições que circulam dentro de uma sociedade, mesmo as descrições científicas, implicam um elo de prévios sistemas e imagens, uma estratificação na memória coletiva e uma reprodução na linguagem que, invariavelmente, reflete um conhecimento anterior e que quebra as amarras da informação presente. (MOSCOVICI, 2003, p. 37)

A argumentação de Moscovici, desse modo, aproxima-se do caráter descritivo da representação. Ao mencionar os sistemas de classificação e estratificação acionados e mobilizados no ato de representar, o autor também se acerca da noção de produção de posições sociais e de sentido pontuada por Kathryn Woodward e Stuart Hall.

Partindo da referência moscovicianiana, Angela Arruda (2002) estabelece relações entre a Teoria das Representações Sociais e as teorias feministas. Para a autora, as principais semelhanças estão no fato de ambas as correntes tecerem críticas aos binarismos, afirmando a importância das dimensões subjetivas e da construção de saberes baseados nas experiências (sejam elas as vivências femininas, no caso das teorias feministas, ou o senso comum, no caso da TRS). Para Arruda, a “representação social, portanto, não é uma cópia nem um reflexo, uma imagem fotográfica da realidade: é uma tradução, uma versão desta. Ela está em transformação como o objeto que tenta elaborar. É dinâmica, móvel” (ARRUDA, 2002, p. 134).

O arranjo do processo de representação em uma perspectiva de descrição está contida também no horizonte de Hall, que afirma:

nós concedemos sentido às coisas pela maneira como as *representamos* – as palavras que usamos para nos referir a elas, as histórias que narramos a seu respeito, as imagens que delas criamos, as emoções que associamos a elas, as maneiras como as classificamos e conceituamos, enfim, os valores que nelas embutimos” (HALL, 2016, p. 21)

O conceito de representação em Hall, nesse sentido, é apresentado da seguinte forma:

Representação significa utilizar a linguagem para, inteligivelmente, expressar algo sobre o mundo ou representá-lo a outras pessoas. (...) Representação é uma parte essencial do processo pelo qual os significados são produzidos e compartilhados entre os membros de uma cultura. Representar *envolve* o uso da linguagem, de signos e imagens que significam ou representam objetos. (HALL, 2016, p. 31)

A linguagem, portanto, permite a tradução e comunicação dos códigos nos quais os sentidos produzidos na representação estão inscritos. Para Hall, esses códigos são o resultado de convenções sociais que traçam “‘mapas de sentido’ compartilhados” (*idem*, p. 54). No caso do colunismo social, como já abordado, a linguagem utilizada é fortemente centrada na figura do colunista. Assim, no ato de representar, o colunista colabora para que os contornos desses mapas de sentido sejam delineados – ainda que não o faça de forma plenamente consciente.

É importante ressaltar que as representações construídas e reproduzidas pelos colunistas se baseiam em elaborações e sentidos prévios, como afirma Moscovici. Assim, o colunista desempenha um papel duplo no processo representacional, agendando e sendo agendado.

Ainda que expressem diferentes visões a respeito das dinâmicas e arranjos assumidos pelo fenômeno representacional, todos os autores convergem sobre a noção de que a representação produz sentidos. Moscovici e Hall, de forma particular, destacam o caráter prescritivo da representação e como este processo gera convenções sociais. A natureza prescritiva, como já visto, também é uma característica do colunismo social, que atua no sentido de recomendar e validar produtos, serviços, comportamentos, pessoas e pensamentos. Nesse sentido, o papel prescritivo das colunas sociais – sendo elas espaços de construção e reprodução de representações – é duplicado.

É nesse ponto que a afirmação de Kathryn Woodward acima mencionada – de que a representação aponta respostas às perguntas “Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser?” – ganha notável e estratégica relevância. Tendo em vista o caráter prescritivo das representações e sua estreita relação com a construção das identidades, o fenômeno representacional acaba por estabelecer limites e expectativas sobre as possibilidades do ser, determinando formatos e dinâmicas de vivências e sujeitos. Como espaços nos quais as representações operam e se manifestam, as colunas sociais oferecem a materialidade para que tais limites e expectativas se inscrevam no imaginário social, servindo como documentos públicos e repertórios de sentido.

No caso deste trabalho, consideramos a representação de mulheres no espaço das colunas sociais. Isso significa dizer que, nas colunas, são prescritos perfis e modos de vida para mulheres, estabelecendo-lhes pontos de partida e chegada. Mais: a partir das representações, as colunas sociais servem ao propósito de cristalizar no pensamento coletivo o que se pode esperar de uma mulher, possibilitando que lhe seja cobrado pela sociedade o cumprimento de determinados requisitos convencionados.

Em uma perspectiva mais profunda, como sublinha Woodward, as representações não só determinam parâmetros a quem está dentro do processo representacional, mas apontam na direção da deslegitimação de quem está fora dele. Em outras palavras: se a representação produz sentido, quem é omitido da representação (ou é sub-representado) não pode *fazer sentido*. Os corpos e vivências que não se veem representados em espaços como o das colunas deixam de fazer parte do repertório social, tendo suas existências não só invisibilizadas como questionadas por ultrapassar e desestabilizar o limite das possibilidades. São, portanto, existências impossíveis para o que Moscovici denomina senso comum.

Nesse ponto, faz-se imperativo apresentar a crítica de Teresa de Lauretis sobre a representação, adicionando uma nova camada ao debate com a perspectiva de gênero. Para Lauretis, o gênero é em si uma representação que serve para estabelecer sobre o indivíduo a marca de pertencimento a determinada classe. Afirma a autora:

O termo gênero é, na verdade, a representação de uma relação, a relação de pertencer a uma classe, um grupo, uma categoria. Gênero é a representação de uma relação, ou, se me permitirem adiantar-me para a segunda proposição, o gênero constrói uma relação entre uma entidade e outras entidades previamente constituídas como uma classe, uma relação de pertencer; assim o gênero atribui a uma entidade, digamos a uma pessoa, certa posição dentro de uma classe (...). Assim, gênero representa não um indivíduo e sim uma relação, uma relação social; em outras palavras, representa um indivíduo por meio de uma classe. (LAURETIS, 1994, p. 210-211)

Dessa maneira, Lauretis amplia a ideia de Woodward de que a representação responde à pergunta “quem sou eu?”, afirmando que a representação detém a própria substância do “ser eu”. Nesse sentido, a construção do gênero seria, ao mesmo tempo, o processo e o final da representação. Esse engendramento dos sujeitos – ou seja, a marcação do gênero em suas subjetividades – seria operacionalizado pelas chamadas tecnologias do gênero.

Lauretis parte das concepções de Michel Foucault sobre tecnologias da sexualidade para afirmar a existência das tecnologias do gênero. Nessa visada, o gênero seria o “produto de diferentes tecnologias sociais, como o cinema, por exemplo, e de discursos, epistemologias e práticas críticas institucionalizadas, bem como das práticas da vida cotidiana” (*idem*, p. 208). Desta forma, as colunas sociais podem ser consideradas tecnologias do gênero, uma vez que se constituem como suporte de discursos que geram o engendramento.

Na visão foucaultiana, o conceito de tecnologia transcende a noção de utilização de máquinas e suportes materiais. Para o autor, a tecnologia é gerada a partir da saturação do emprego de determinadas práticas (“técnicas”), que direciona as condições sociais e cria um sistema dotado de uma racionalidade específica (VILLADSEN, 2014). Para analisar a ação das tecnologias, portanto, é preciso observar a existência e articulação de “um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas” (FOUCAULT, 1989, p. 138) denominado dispositivo – aplicável, entre outros aspectos, à sexualidade. Como exemplo, é cabível mencionar a análise de Foucault sobre o processo através do qual a disciplina como técnica se constitui em tecnologia a partir da “vigilância perpétua e constante dos indivíduos” (*idem*, p. 62) no contexto do exército: o olhar incessante dos superiores como protocolo de controle e ordenamento acaba por se fixar, por seu acúmulo, como uma inscrição corpórea e ideológica que rege os soldados, instituindo uma mentalidade e um sistema específico. Atrelado ao gênero, o conceito de tecnologia apropriado de Foucault significa – de forma resumida e superficial, cabe destacar – o entrelaçamento de elementos práticos e sociais que submetem os corpos dentro dos papéis de gênero. Afirmer que a coluna social é uma tecnologia do gênero incorre em entender o colonismo como prática reiterada que impacta corpos e ideias, conformando-os ao gênero como discurso, conhecimento e modo de organização.

É nesse contexto que Lauretis expõe a ideia de interpelação formulada por Louis Althusser, que seria o “processo pelo qual uma representação social é aceita e absorvida por uma pessoa como sua própria representação, e se torna real para ela, embora seja de fato imaginária” (LAURETIS, 1994, p. 220). Ou seja, quando expresso a marca do feminino, é o feminino que é marcado em mim.



A autora é pessimista em relação às possibilidades de reverter o sistema androcentrado que produz os engendramentos e representações. Isso porque os recursos mobilizados no empenho de denunciar e subverter essa lógica, a exemplo da linguagem, já estariam inscritos no próprio sistema e contaminados por sua ideologia. Para Lauretis, assim, o sujeito do feminismo está, ao mesmo tempo, dentro e fora do sistema que opera as relações de gênero.

Poucos anos após Teresa de Lauretis apresentar sua análise na obra *Tecnologias do Gênero*, publicada pela primeira vez em 1987, Judith Butler aprofunda a crítica com *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*, que surge em 1990. Ambas partem de um referencial teórico similar (trazendo considerações de Michel Foucault, Luce Irigaray, Monique Wittig, Julia Kristeva, entre outros) e denunciam a ficção da matriz sexo-gênero, que seriam, na verdade, efeitos de linguagem atuando no imaginário para influenciar o real. Mas, enquanto Lauretis considera que o gênero é uma representação, Butler contesta afirmando que a representação é um problema em si.

Butler critica a visão da representação como base da problematização política na teoria feminista. Em síntese, para Butler, o problema não é apenas a ausência de um sistema que dê conta de representar mulheres de forma plural, e sim o próprio ato de representar. De acordo com a autora, o cerne da reflexão deve ser o fato de que a representação já é em si um significado que atesta uma lógica de poder. Butler sinaliza o caráter dúbio da representação:

Por um lado, a representação serve como termo operacional no seio de um processo político que busca estender visibilidade e legitimidade às mulheres como sujeitos políticos; por outro lado, a representação é a função normativa de uma linguagem que revelaria ou distorceria o que é tido como verdadeiro sobre a categoria das mulheres. (BUTLER, 2003, p. 18)

Referenciada em Foucault, Butler também afirma que “os sistemas jurídicos de poder produzem os sujeitos que subsequentemente passam a representar” (*idem*). Assim, para a autora,

Não basta inquirir como as mulheres podem se fazer representar mais plenamente na linguagem e na política. A crítica feminista também deve compreender como a categoria das “mulheres”, o sujeito do feminismo, é produzida e reprimida pelas mesmas estruturas de poder por intermédio das quais se busca a emancipação. (BUTLER, 2003, p. 19)

Ainda sobre a ideia de sujeito e emancipação no feminismo, Butler desarranja a própria categoria “mulher”, demonstrando que sua construção se deu a partir de uma pretensa universalidade do patriarcado como estrutura de dominação. Tal pensamento

generalista esvaziaria a luta feminista da possibilidade de contemplar especificidades “de classe, raça, etnia e outros eixos de relações de poder” (*idem*, p. 22), além de constituir um falso sujeito estável para o feminismo e abrir a guarda para acusações de deturpação da representação.

Dessa maneira, Butler apresenta uma série de questionamentos ao processo representacional, desconstruindo sua eficácia como pauta política.

Seria a construção da categoria mulheres como sujeito coerente e estável uma regulação e reificação inconsciente das relações de gênero? E não seria essa reificação precisamente o contrário dos objetivos feministas? Em que medida a categoria das mulheres só alcança estabilidade e coerência no contexto da matriz heterossexual? (...) Qual o sentido de estender a representação a sujeitos cuja constituição se dá mediante a exclusão daqueles que não se conformam às exigências normativas não explicitadas do sujeito? Que relações de dominação e exclusão se afirmam não intencionalmente quando a representação se torna o único foco da política? A identidade do sujeito feminista não deve ser o fundamento da política feminista, pois a formação do sujeito ocorre no interior de um campo de poder sistematicamente encoberto pela afirmação desse fundamento. Talvez, paradoxalmente, a ideia de “representação” só venha realmente a fazer sentido para o feminino quando o sujeito “mulheres” não for presumido em parte alguma. (BUTLER, 2003, p. 23-24)

Neste trabalho, embora reconheçamos a pertinência das críticas interpostas por Teresa de Lauretis e Judith Butler à noção de representação, fazemos uma escolha consciente, não ingênua, pela discussão, problematização e aplicação deste conceito. A despeito de acreditarmos que os estudos sobre gênero no ambiente das colunas sociais têm muito a ganhar ao assumir feições butlerianas, afirmamos que o mergulho no estudo da representação proposto neste trabalho é uma escolha estratégica, condizente com uma trajetória incursiva no debate. Para que o problema da representação possa ser abordado em futuros esforços de subversão e desconstrução, é cabível tratá-lo em um empenho exploratório inicial capaz de apontar também suas inconsistências internas. Falar em representação aqui, portanto, não significa ignorar ou isolar a possível insuficiência deste conceito para explicar as diferentes nuances das opressões e violências de gênero.

Mais adiante, as políticas de identidade – de igualdade e diferença –, as quais abrem espaço para questionamentos tão profundos centrados nos eixos que estruturam as concepções de gênero, desafiando as definições do “feminino”, tornam-se menos centrais quando somos impelidas a dar um passo atrás. Nesse cenário de retrocesso, é preciso retomar as “estratégias de redistribuição” (FRASER, 2007) para evidenciar que a desigualdade de gênero se alicerça “no trabalho doméstico, na sexualidade e reprodução”, o

que parecia demasiadamente explícito passado meio século desde a popularização do slogan “o pessoal é político”.

Para além de formulações conceituais e aplicações políticas, a noção de representação é estratégica por funcionar também como ponto de intersecção entre campos do conhecimento e correntes teóricas no que concerne ao cenário da pesquisa acadêmica. Os trabalhos de Escosteguy (1998, 2020) e Tomazetti (2020) denotam que o fenômeno representacional é foco de preocupação para os Estudos Culturais e para os estudos em Comunicação Social a partir do momento em que estes se imbuem do olhar crítico dos estudos feministas e de gênero, redefinindo-os em termos de objetos de estudo, abordagens metodológicas e outras construções epistemológicas.

Referenciada em textos clássicos do Centro de Estudos Culturais Contemporâneos (CCCS) e suas figuras fundadoras, a exemplo de Stuart Hall, Ana Carolina Escosteguy (1998) pontua que o feminismo promoveu uma ruptura teórica e um reagendamento dos Estudos Culturais, ampliando o entendimento do âmbito pessoal como político e expandindo a compreensão da categoria *poder*.

Embora registre a existência de tensões internas nessa aproximação, Escosteguy expõe como ponto pacífico que o olhar feminista “desafiou a centralidade da categoria classe social na interpretação dos processos de dominação, inserindo a questão de gênero” (ESCOSTEGUY, 1998, p. 07), além de abranger a temática do sujeito, subjetividade e intersubjetividade. Nesse sentido, propiciou novas indagações sobre as questões de identidade, deixando de perceber seu processo de construção “unicamente através da cultura de classe e sua transmissão geracional” (*idem*, p. 08).

Em outro esforço investigativo, Escosteguy expõe que o relacionamento entre Comunicação e estudos de gênero no Brasil se desenvolveu “a partir de três zonas prioritárias: a imagem das mulheres na mídia, sua recepção/consumo por mulheres enquanto audiências e a participação das mulheres na mídia como produtoras, jornalistas, etc.” (2020, p. 110). A autora empreende um esforço de reconstrução histórica do que identifica como impulsos nas relações entre estudos de Comunicação e questões de gênero, registrando quatro desses movimentos, a saber: a arrancada inaugural, entre 1970 e 1980; o segundo impulso, nos anos 1990; o terceiro, dos anos 2000 até 2015; e o momento atual, comumente denominado “primavera feminista”.

A pesquisadora pontua que, na arrancada inicial, são predominantes os estudos que se debruçam sobre a imagem da categoria mulher na mídia, geralmente desenvolvido por um ponto de vista intelectualizado e acadêmico e distanciado da cultura popular de massa. Nesse período, é preponderante a noção de que

os meios estão implicados na definição da realidade e na construção de representações das mulheres e de outras identidades de gênero e de sexualidade. Sendo assim, a mídia participa, de modo ativo, da construção do que significa ser mulher, entre outros modos de ser, num contexto histórico específico, produzindo até mesmo sentidos contraditórios. (ESCOSTEGUY, 2020, p. 117)

Já no segundo impulso, marcado por um feminismo “difuso” e distanciado de movimentos e demandas organizadas, os estudos incorporam as primeiras formulações que consideram outras categorias analíticas e marcadores sociais para além da relação de papéis do feminino e do masculino – embora o conceito de gênero, até então, tenha sido utilizado como sinônimo de “mulher” (ESCOSTEGUY, 2020). Abre-se espaço, assim, para a inserção da problemática sobre identidades. No terceiro impulso, a principal característica dos estudos em Comunicação e gênero, segundo Escosteguy, é a crítica ao pós-feminismo e a escassez de análises que articulem as noções de gênero, classe e raça no contexto nacional. O ano de 2015, no entanto, constitui um ponto de virada na visão da autora, abrindo caminho para um novo impulso.

Para Escosteguy, a emergência de uma série de mobilizações populares articuladas na internet, com destaque para a movimentação de mulheres negras, jovens e LGBTQIAP+, deu lugar a uma nova arrancada e a um novo horizonte de estudos. Como contraponto, a autora chama a atenção também para a existência de ofensivas conservadoras recentes que buscam deslegitimar as novas correntes e ações feministas. Nesse sentido, a pesquisadora destaca:

Tais práticas de ativismo político feminista na blogosfera configuram-se em experiências que não só renovam a energia dos movimentos feministas, mas se constituem em potentes tentativas para estabelecer laços com redes feministas transnacionais, bem como solidariedade entre feminismos do Sul e do Norte. Se, de um lado, a visibilidade dessas vozes na dinâmica do espaço público não é suficiente como indicador de uma comunicação democrática, de outro, fortalece a difusão e a popularização de feminismos diversos. (ESCOSTEGUY, 2020, p. 133)

Também centrado no entendimento das interfaces entre Comunicação e Estudos de gênero, Tomazetti (2020) empreende um resgate histórico de mais de 40 anos e analisa a produção de teses e dissertações em Comunicação defendidas no Brasil entre 1972 e 2015 que estabelecem convergência entre os dois campos. O autor identifica que, de forma

primordial, as pesquisas acionam o conceito de gênero pelo olhar da representação, sobretudo nos estudos focados em jornalismo, ficção seriada, telenovelas e cinema.

Nesse sentido, o pesquisador sublinha que a mobilização da noção de representação em consonância com os estudos de gênero e Comunicação demonstra potência ao tecer críticas aos modelos socialmente convocados pelas mídias e meios e aos discursos hegemônicos que neles circulam, além de “servir de termo operacional no cerne de um processo político em busca de visibilidade e legitimidade” (TOMAZETTI, 2020, p. 71). O autor pontua ainda que o conceito de representação “envolve a participação e manifestação de identidades de gênero e sexualidade nas esferas midiáticas e comunicacionais como forma de inclusão sociopolítica” (*idem*) na medida em que articula disputas e práticas sociais para dar voz a grupos negligenciados.

Por outro lado, Tomazetti enfatiza a existência de limites na associação entre representação, gênero e comunicação, entendendo o processo representacional como uma prática significadora constituinte da cultura.

Os modelos de representação são excludentes, eles contribuem para a manutenção da ordem social, principalmente no que tange os binários feminino-masculino, normal-patológico, aceitável-inaceitável e assim por diante. Tanto a representação política quanto sua crítica devem encarar, assim, as representações como práticas de poder que constroem e estabelecem as normalidades e assimetrias. Nesse aspecto, a luta por representação junto aos meios de comunicação possui uma função de incorporação normativa que sempre terá constrangimentos e rejeições, na medida em que não corresponde à complexidade das articulações sociais. E, nesse sentido, se não refletidas em processos históricos que conseguem vislumbrar suas rupturas, tensões e descontinuidades, as representações possuem pouco valor explicativo em relação às construções de gênero, pois podem recair no caráter específico da identificação essencialista. Isso porque representação enquanto discurso é uma forma de poder simbólico racionalizado e unificante, que pode congelar as diferenças e as complexidades identitárias. (TOMAZETTI, 2020, p. 71).

Os apontamentos de Tomazetti evidenciam uma vez mais as ambiguidades – esforço anteriormente empenhado por meio das menções a Butler e Lauretis – relacionadas ao conceito de representação como foco de interesse e aproximação entre os campos da Comunicação e dos Estudos de gênero, destacando tanto potenciais quanto aspectos negativos. Esses elementos, unidos aos expostos por Escosteguy, auxiliam na composição de um panorama centrado em aspectos epistemológicos vinculados ao alinhamento Comunicação - Estudos Culturais - gênero - representação. Todas essas questões municiam a ampliação do escopo apresentado no início deste tópico, trazendo, para além de

discussões teóricas sobre o conceito de representação, suas aplicações no interior das práticas políticas e de pesquisa.

Entendemos, ainda, que o columnismo social, objeto deste trabalho, se insere em um espaço que tem a representação como cerne, no sentido de delimitar quem pode ou não ocupar suas páginas e, mais além, no sentido de “inspirar” e criar expectativas em quem as folheia, garantindo a manutenção do *status quo*. Em um cenário distante do ideal – considerando a ascensão de discursos conservadores e misóginos institucionalizados – a discussão sobre representação neste ambiente, bem como todas as questões que a tangenciam, se mostra necessária.

## 1.6 - Objeto em foco: Thaís Bezerra, nome e coluna

Como citado anteriormente, a colunista Thaís Bezerra iniciou sua carreira aos 19 anos a convite do jornalista Ivan Valença no fim da década de 70, na extinta Gazeta de Sergipe. Responsável pela página dominical *Gente Jovem*, Thaís assinou sua primeira contribuição para a coluna na edição de 17 de setembro de 1978. Alcançando sucesso em pouco tempo, a jovem foi convidada pelo empresário Antônio Carlos Leite Franco para assumir uma coluna própria, com seu nome, no Jornal da Cidade.

A primeira edição do suplemento Thaís Bezerra no Jornal da Cidade foi publicado em 31 de maio de 1981, tendo recebido destaque por outras seções e colunistas do próprio JC. Na semana de estreia, Thaís foi assunto da coluna João de Barros e capa do Segundo Caderno.



Figura 2 - Primeira coluna assinada por Thaís Bezerra na Gazeta de Sergipe



Figura 3 - Destaque da coluna João de Barros de 29 de maio de 1981 do Jornal da Cidade





**Figura 4 - Capa do Segundo Caderno da edição de 30 de maio de 1981 do Jornal da Cidade. Na legenda, lê-se: “Hoje, Thaís Bezerra, embelezando, com seu charme, a capa de nosso Caderno ‘B’. Amanhã, ela estará apresentando, pela primeira vez, seu trabalho como colunista social do Jornal da Cidade. Assim, o JC espera oferecer uma maior gama de informações colunáveis de nossa cidade.”**

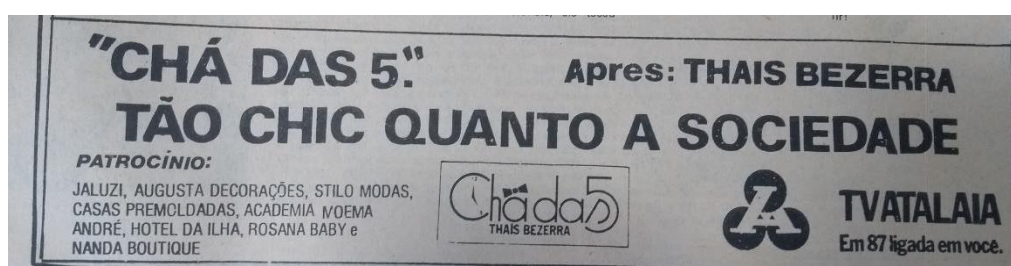
A trajetória de Thaís Bezerra no colunismo social, entretanto, se inicia bem antes dessa fase. Filha do bancário Álvaro Bezerra e da funcionária pública Josefa Álvares, a Juju, Thaís é a terceira de quatro irmãs: Tamar e Tânia são as mais velhas e Tanit, a caçula. Além de bancário, Álvaro era também iatista, sendo um dos fundadores do Iate Clube de Aracaju no ano de 1953. Sendo o Iate Clube um dos pontos de encontro do *café society* sergipano, desde cedo Thaís foi ambientada entre a alta sociedade do estado.

Na adolescência, pouco antes de adentrar o colunismo, Thaís iniciou o curso de licenciatura em Química na Universidade Federal de Sergipe. Conciliando a faculdade com o trabalho de colunista e apresentadora, além de outro emprego como funcionária pública, Thaís não chegou a concluir o curso. Como à época de seu ingresso no jornalismo ainda



não havia cursos universitários de Comunicação em Sergipe, Thaís obteve seu registro como jornalista sem passar pela universidade.

Nove anos após começar na Gazetinha, em 1987, Thaís tornou-se também apresentadora de televisão. Seu espectro profissional expandiu-se ainda por meio de projetos paralelos, a exemplo da *Agenda Empresarial Thaís Bezerra* – mailing de empresários e profissionais liberais de Sergipe com mais de 2800 nomes, que em 2019 completou 25 anos – e da revista Aracaju Magazine, na qual atuou como editora-chefe. Com esse repertório, o nome de Thaís Bezerra – ou TB, como a colunista se autodenomina – constituiu-se em uma marca que supera o âmbito do colunismo social.



**Figura 5 - Publicidade do programa Chá das Cinco no Jornal da Cidade**

Em entrevista concedida ao apresentador Rodrigo Vasco para o programa Portfólio Digital<sup>10</sup>, exibido pela Band Bahia/Sergipe em dezembro de 2018, Thaís Bezerra comenta:

Eu falo sempre que sou operária da Comunicação. As pessoas brincam, pensam que a gente vive no *glamour*, tomando banho de piscina. Às vezes não consigo nem tomar um banho de piscina para relaxar porque é uma batalha imensa. Eu aprendi com o empresário que me colocou, que me convidou para o Jornal da Cidade, o saudoso Antônio Carlos Leite Franco, que é de uma família tradicional da cidade, do ex-governador Albano Franco e de vários irmãos, que eu não poderia viver apenas do salário de jornalista. Eu vou confessar aqui, eu aprendi a ser publicitária. Eu faço o meu caderno e faço a comercialização do meu caderno junto com a equipe da empresa em que eu trabalho. Se eu não fizer a publicidade, o salário de jornalista, pelo menos em Sergipe, é mínimo. Senão a gente não sobrevive.

Desempenhando a função de vender e divulgar seu próprio conteúdo, Thaís Bezerra consegue duplicar a tiragem do Jornal da Cidade nos finais de semana, como afirma o diretor de redação Eugênio Nascimento em depoimento concedido ao programa Portfólio Digital. Nesse sentido, é notável como a colunista ilustra a função de articuladora comercial mencionada em tópico anterior.

As demais funções compatíveis com a figura do colunista também são cabíveis para Thaís Bezerra: ao selecionar, apurar e produzir conteúdo para sua coluna, Thaís cumpre os

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://tinyurl.com/y4878zl>> (bloco 1), <<https://tinyurl.com/yxmfn2pd>> (bloco 2) e <<https://tinyurl.com/y59c54r6>> (bloco 3). Acesso em: 20 jan 2021.

papéis de repórter e *gatekeeper*. Ao registrar os eventos sociais, comportamentos e estilo de vida da alta sociedade ao longo de quatro décadas, Thaís faz as vezes de registradora sociográfica. Como mediadora, a colunista não só transmite à audiência os acontecimentos relacionados às classes dirigentes, como atua no sentido contrário, levando apelos do público às autoridades. Conservando o mesmo formato em seu conteúdo por anos, inclusive acompanhando a evolução de personagens e famílias, a colunista faz-se mantenedora do *status quo*.

Quanto à função de oráculo, embora a colunista não mantenha atualmente a prática de aconselhar a sua audiência, suas recomendações são transmitidas de forma indireta. Exemplo é a relação da colunista com o Instituto Salto Quântico, organização sem fins lucrativos que atua sob o mote da espiritualidade com ou sem religião. Ao mostrar-se abertamente como seguidora dos valores da instituição, Thaís manifesta princípios comportamentais os quais julga importantes e busca inspirar os leitores.

A trajetória de Thaís Bezerra também é capaz de exemplificar os requisitos de seleção e estratégias de manutenção elencadas por Karina Cruz (2015). Sua habilidade interacional pode ser exemplificada pelo depoimento de Eugênio Nascimento ao Portfólio Digital: “Ela é uma jornalista que entra em qualquer ambiente e é bem recebida porque construiu bem a sua imagem, trabalha com seriedade, honestidade, é uma pessoa íntegra. (...) Thaís é uma pessoa muito querida dentro e fora do jornal”.

Quanto à habilidade de reproduzidor de hábitos, ela pode ser ilustrada nas edições em que Thaís Bezerra coloca-se no papel de personagem de capa: a colunista não só se equipara aos colunáveis em termos de hábitos e mostra-se fiel à classe, como chega a ocupar materialmente o lugar desses colunáveis. Sobre o *feeling*, o depoimento da própria colunista exemplifica sua habilidade de captar e observar latências e identificar novos colunáveis: “eu digo que eu acompanho gerações. Pessoas da idade dos meus pais e jovens de nove, dez anos, que já querem fazer o Ping Kids com TB”.

Em termos de estratégias de manutenção, a vinculação a famílias socialmente reconhecidas é exemplificada pela estreita relação da colunista com a família Franco: o empresário Antônio Carlos Leite Franco não só lhe fez o convite para assumir a coluna do Jornal da Cidade como foi seu amigo e mentor. Da mesma maneira, Thaís Bezerra ainda mantém laços de amizade com o empresário e ex-governador de Sergipe Albano Franco.

Quanto ao *network*, a construção da Agenda Empresarial Thaís Bezerra comprova a articulação da colunista na alta sociedade sergipana e regional.

Em relação à construção da imagem, o relato do jornalista Mozart Santos para o programa Portfólio Digital sobre Thaís Bezerra demonstra o domínio da estratégia da colunista nesse aspecto: “Ela é uma mulher hoje que dita tendência na moda, dita tendência na expressão do dia a dia das pessoas”. Ao ditar tendências, Thaís evidencia seu mecanismo de distinção tanto no campo estético quanto no comportamental.

As características pessoais e profissionais de Thaís Bezerra constituem em grande parte sua coluna tendo em vista que, como já mencionado, o colunismo social é uma atividade marcada por um forte traço autoral. Embora tenha passado por diferentes diagramações, agregando e extinguindo seções ao longo dos anos, o caderno Thaís Bezerra mantém como essência a mescla entre fotografias de eventos sociais, legendas e textos.

Variando entre quatro e dez páginas, podendo aumentar conforme a adição de material publicitário e no caso de edições especiais, o caderno mantém atualmente as seguintes seções fixas: *TB Entrevista* (entrevista no estilo *ping pong* com personalidades e profissionais reconhecidos em suas respectivas áreas); *Bate Bola* (questionário fixo com perguntas diretas, caracterizado por respostas curtas); *Eles e Elas* (quadro que aborda a atuação de personagens de segmentos variados, geralmente com algum feito recente destacado pela mídia, evidenciando seus pontos fortes principalmente do ponto de vista profissional); e *Política* (registros de eventos e notas sobre bastidores da política).

Além dessas seções, outras rubricas aparecem periodicamente: *Registrando*, *Acontecendo* e *Destaque* (que abordam eventos sociais e particulares próximos ou já em curso); *Por Telefone*, *Umas e Outras* e *Borbulhantes* (compostas por notas de bastidores da vida dos colunáveis, geralmente obtidas com exclusividade) e *Programa Thaís Bezerra* (que traz uma prévia das atrações do programa televisivo apresentado pela colunista semanalmente).

Outro ponto que se mantém desde as primeiras edições da publicação é sua capa, que traz imagens de figuras da alta sociedade sergipana encimadas pela logo do caderno e acompanhadas de um breve texto. Além de identificar as pessoas fotografadas e suas profissões, o texto ressalta em muitos casos a vinculação familiar dos retratados e

contextualiza a imagem – sem deixar de trazer impressões pessoais da colunista. As capas do caderno Thaís Bezerra são o ponto de partida para a análise registrada adiante.

Em suma, a trajetória pessoal de Thaís Bezerra e suas funções, habilidades e estratégias profissionais deixam clara sua correspondência com o status e a persona do colunista social. Esses atributos são refletidos na construção de cada edição da coluna assinada por Thaís. No próximo capítulo nosso olhar se direcionará ao conteúdo da capa e contracapa, a partir de um *corpus* criteriosamente selecionado, e com a intenção primeira de descortinar que modelos de representação das mulheres sergipanas se fazem presentes em quatro décadas de história de uma coluna social reconhecida e consagrada no estado.

## **2. TRAJETÓRIA EMPÍRICA**

### **2.1 - Procedimentos metodológicos**

Neste tópico são elencadas e detalhadas as etapas cumpridas na construção deste trabalho. Para fins de organização, faremos uma divisão entre Procedimentos iniciais e Procedimentos de análise a fim de trazer às descrições uma perspectiva linear.

No intuito de aprofundar o entendimento sobre o lugar e o papel que mulheres ocupam nas colunas sociais, o estudo conduz-se a partir do seguinte problema de pesquisa: de que forma o caderno Thaís Bezerra, como ícone do colonismo social em Sergipe, construiu e modificou sua representação de mulheres ao longo de quatro décadas?

Para responder a esta pergunta, propomos um olhar científico acerca das edições do caderno Thaís Bezerra publicadas entre os anos 1981 e 2018 por meio da Análise de Conteúdo que permitirá identificar os perfis femininos construídos pela publicação, acompanhar sua evolução ao longo do tempo e discuti-los por meio do trato qualitativo dos dados. Evidenciamos que essa trajetória se justifica pela necessidade de aprofundar a análise sobre as representações construídas pelo colonismo social, sobretudo em relação a grupos que ocupam posições de subalternização, como ocorre com mulheres. Estando a origem das colunas sociais vinculada às fofocas e especulações em torno da alta sociedade (CRUZ, 2015), o colonismo acaba por ser caracterizado como formato de entretenimento e superficialidade. No entanto, seu potencial pode ir além do caráter diversional, sendo capaz de ditar e sustentar padrões de comportamento por meio das representações que faz de seus personagens, como bem discutimos.

O estudo parte da hipótese de que o caderno Thaís Bezerra caracteriza-se por uma base de representação que enfatiza aspectos estéticos, sociais e comportamentais específicos, construindo um espectro limitado de perfis femininos – os quais, se confirmados, pretendemos identificar e problematizar a partir da pesquisa empírica. Consideramos ainda como hipótese que a publicação representa mulheres sob a égide de figuras masculinas.

O suporte metodológico definido para a pesquisa baseia-se na Análise de Conteúdo (AC) como referencial principal e inicial, somado a uma entrevista em profundidade com a colonista Thaís Bezerra. A escolha da AC seguiu o intuito de estudar um grande volume de informações, sistematizá-las e, a partir das frequências e do cruzamento de dados, detectar

fenômenos. Este procedimento é pertinente com o descrito por Wilson Corrêa da Fonseca Júnior: “A Análise de Conteúdo (AC) é um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa” (FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 280). Ainda nesse sentido, Laurence Bardin conceitua a Análise de Conteúdo como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 2011, p. 44).

Quanto à entrevista em profundidade, o pesquisador Jorge Duarte afirma tratar-se de uma “técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada” (DUARTE, 2005, p. 62) e “recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer” (*idem*).

A modalidade de entrevista em profundidade escolhida foi a semi-aberta, com questões semi-estruturadas, segundo a tipologia definida por Duarte (2005, p. 65). A escolha baseou-se no intuito de garantir a liberdade da entrevistada nas respostas e, ao mesmo tempo, assegurar que a coleta de informações não fugisse dos tópicos considerados relevantes e centrais para a pesquisa. Para tanto, um roteiro básico de perguntas e tópicos foi formulado, o qual se encontra no Apêndice 1 deste trabalho, na página 188. As perguntas foram divididas em três blocos: Produção, Mulheres e Autoimagem.

A decisão de encaixar a entrevista em profundidade como parte das últimas etapas do trabalho teve o propósito de cruzar as informações obtidas através da Análise de Conteúdo com as percepções de Thaís Bezerra.

O escopo da Análise de Conteúdo é composto pelas edições do caderno Thaís Bezerra publicadas ao longo de quatro décadas, entre os anos de 1981 e 2018. As técnicas e procedimentos previstas neste trabalho são descritas a seguir.

### **2.1.1 - Procedimentos iniciais**

Sendo o caderno Thaís Bezerra uma publicação semanal, estima-se que pelo menos 52 edições tenham sido publicadas a cada ano entre 1981 e 2018, compondo um universo de quase 2 mil edições. Diante deste grande número de publicações, optamos pela seleção de uma amostra representativa e randômica para a constituição do *corpus* da pesquisa.

A seleção da amostra pretende adequar-se às regras formuladas por Laurence Bardin (2011), entre as quais destacamos as de exaustividade e de representatividade. A regra da exaustividade prevê que, definido o campo do *corpus*, “é preciso ter-se em conta todos os elementos deste *corpus*” (BARDIN, 2011, p. 126). A autora aponta que nenhum elemento “que não possa ser justificável no plano do rigor” (BARDIN, 2011, p. 127) deve ser deixado de fora. Quanto à regra da representatividade, Bardin afirma que a análise pode ser efetuada em uma amostra desde que ela seja rigorosa. “A amostragem diz-se rigorosa se a amostra for uma parte representativa do universo inicial” (BARDIN, 2011, p. 127), destaca a autora.

A definição do número mínimo de edições para compor a amostra de forma rigorosa e representativa neste trabalho segue as indicações de David. A. Aaker (2004). O autor preconiza que uma amostra probabilística e generalizável deve necessariamente ser formada por pelo menos 35 integrantes da população inicial, independentemente do tamanho deste universo, e que todos os membros da população do grupo a ser analisado tenham as mesmas chances de ser selecionados. De acordo com Marconi e Lakatos (2003), a amostragem probabilística

baseia-se na escolha aleatória dos pesquisados, significando o aleatório que a seleção se faz de forma que cada membro da população tinha a mesma probabilidade de ser escolhido. Esta maneira permite a utilização de tratamento estatístico, que possibilita compensar erros amostrais e outros aspectos relevantes para a representatividade e significância da amostra (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 224)

Considerando que o estudo tem o objetivo de analisar a evolução da representação feminina na publicação com o passar de quatro décadas, dividimos o universo de 1984 edições em quatro recortes de acordo com critérios temporais (recorte A: 1981-1988, com 418 edições; recorte B: 1989-1998, com 522 edições; recorte C: 1999-2008, com 522 edições; recorte D: 2009-2018, com 522 edições). Para cada um desses recortes, obedecendo aos critérios de Aaker, selecionamos 35 edições, totalizando um *corpus* formado por 140 edições.

Nesse sentido, a seleção das edições componentes do *corpus* foi feita mediante quatro sorteios randômicos, um para cada recorte temporal. Para a realização dos sorteios, atribuímos manualmente para cada edição identificadores iniciados pelas letras A, B, C e D, que se referem aos recortes temporais, acompanhados de três algarismos correspondentes à

ordem das edições publicadas dentro do recorte temporal. Essa medida visa estabelecer identificações únicas para cada um dos elementos do universo.

À guisa de exemplo: no caso do intervalo 2009-2018 (ou recorte temporal D), em que foram publicadas 522 edições, a edição de identificador D001 corresponde àquela publicada em 02 de janeiro de 2009 (a primeira do ano de 2009 e primeira do recorte temporal D) e a de identificador D522 àquela publicada em 28 de dezembro de 2018 (a última do ano de 2018 e última do recorte temporal D). Para selecionar os elementos correspondentes ao recorte temporal D, utilizamos o site SorteioGo, que apontou 35 identificadores aleatórios entre D001 e D522. O mesmo procedimento foi empregado para a seleção das edições pertencentes aos recortes temporais A, B e C.

O acesso às edições selecionadas foi realizado por diferentes vias. A primeira delas foi o site do Jornal da Cidade, que disponibiliza versões digitalizadas das edições publicadas desde 2017. Outra via foi o contato direto com o setor de arquivo do Jornal da Cidade, que forneceu versões digitalizadas das edições que não estão disponíveis no site. A terceira foi o site Jornais de Sergipe, desenvolvido em parceria entre o Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe (IHGSE) e a Universidade Federal de Sergipe (UFS). A plataforma disponibiliza versões digitalizadas dos principais jornais publicados no estado desde 1871. Do Jornal da Cidade, estão disponíveis as edições publicadas nos intervalos de 1972 a 1978 e 1983 a 1985 – este último período já contendo o caderno Thaís Bezerra. A quarta e última via de acesso às edições selecionadas foi o setor de arquivo do IHGSE, que cataloga edições impressas dos jornais de Sergipe e dispõe de um acervo mais completo do que aquele disponibilizado pelo site Jornais de Sergipe.

Identificamos que a aplicação do procedimento de sorteio poderia incorrer em pelo menos dois entraves: o primeiro deles relacionava-se com o fato de que, por tratar-se de um estudo sobre representação feminina, foi estabelecido como critério a presença de mulheres nas capas das edições do caderno. O sorteio randômico, no entanto, poderia vir a selecionar edições que não cumprissem esse requisito. O segundo entrave dizia respeito ao acesso às edições, sendo possível que o sorteio apontasse como resultado uma ou mais edições indisponíveis em todas as vias de acesso descritas acima.

Em atenção a esses entraves, nos casos em que a ferramenta de sorteio apresentou como resultado uma ou mais edições que não estiveram em conformidade com os critérios de presença feminina e de acesso, foi realizado um novo sorteio. Para tanto, subtraímos do



total de identificadores pertencentes ao recorte temporal os 35 identificadores sorteados no primeiro sorteio. Desse resultado, entre o total de identificadores restantes, sorteamos a quantidade de identificadores correspondentes às edições em desconformidade com os critérios de seleção a fim de substituí-las. O procedimento foi passível de repetição até que todos os identificadores sorteados correspondessem a edições que cumprissem os requisitos de seleção.

### 2.1.2 - Procedimentos de análise

Constituído o *corpus*, as capas e contracapas das edições selecionadas do caderno Thaís Bezerra (que encontram-se reproduzidas no Apêndice 2 deste trabalho, na página 201) foram submetidas à investigação por meio de um conjunto de categorias, perfazendo a Análise de Conteúdo. A categorização tomou por base os conceitos de aparência e maneira formulados por Erving Goffman na obra *A Representação do Eu na Vida Cotidiana* (1985). O autor apropria-se de referências da dramaturgia para discutir os comportamentos sociais.

Como já abordado na seção sobre representação, a aparência diz respeito a aspectos estéticos, enquanto a maneira está ligada a aspectos comportamentais e relacionais. Nesse sentido, a categorização que baseia a Análise de Conteúdo foi dividida em dois blocos inspirados nos conceitos de aparência e maneira. O quadro de categorias encontra-se a seguir:

APARÊNCIA				
Tom de pele	Claro	Médio	Escuro	
Cabelo	Liso	Crespo	Cacheado/Ondulado	
Corpo	Não gordo		Gordo	
Faixa etária	Criança	Adolescente	Adulto	Idoso
Vestuário	Sóbrio	Casual	Ritual	
MANEIRA				
Profissão/Ocupação				
R=			Não registrada	
Vínculo familiar				
Mãe	Esposa	Filha	Avó	Outra
Ocasão				
Estúdio/Assinatura	Evento	Profissional	Doméstica	Outra
Quantidade de pessoas na foto				
Uma		Duas/Casal		Grupo
Interação				
Afetuosa		Casual		
Colocação em cena				
Olha para a câmera?	Sim		Não	
Sorri?	Sim		Não	

Postura	Pose	Espontânea
Caracterização		
Estética	R=	
Personalidade	R=	
Habilidade	R=	
Outra	R=	

Tabela 1 - Categorias - Análise de Conteúdo

À medida que a análise for apresentada, cada categoria será mais bem detalhada, bem como serão colocadas observações sobre as escolhas que guiaram a construção do quadro categórico.

Os dados reunidos foram sistematizados e compilados em gráficos e tabelas, a fim de municiar e dinamizar o processo de inferência. Este é considerado “o momento mais fértil da análise de conteúdo, estando centrado nos aspectos implícitos da mensagem analisada” (FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 298) e consiste em “relacionar os dados obtidos com alguns aspectos de seu contexto” (*idem*, 2005, p. 288).

Como suporte ao trato qualitativo dos dados, a pesquisa incluiu um segundo momento de análise. Neste, foram realizadas comparações entre as edições do *corpus* a fim de identificar traços e dinâmicas repetidos na apresentação e descrição das personagens, constituindo perfis de representação. A proposta buscou satisfazer o interesse em acompanhar a evolução dos modelos de representação ao longo das quatro décadas, trazendo elementos de historicidade e continuidade ao estudo.

Convém salientar que, tanto no primeiro quanto no segundo momento, a pesquisa visou mostrar quais características e perfis de representação estão ausentes nas páginas do caderno Thaís Bezerra, na medida em que essas omissões, silenciamentos e invisibilizações também podem revelar fenômenos simbólicos. Nas palavras de Laurence Bardin: “a presença (ou a ausência) pode constituir um índice tanto (ou mais) frutífero que a frequência de aparição.” (BARDIN, 2011, p. 144).

Concluída a etapa da Análise de Conteúdo, foi realizada a entrevista em profundidade, cujo processo teve de passar por adaptações impostas pela pandemia do Coronavírus (Covid-19) e por indisponibilidades da própria entrevistada. Tais adaptações serão detalhadas à frente, na seção de análise da entrevista.

A escolha da entrevista em profundidade como recurso neste trabalho visa apreender as percepções pessoais de Thaís Bezerra acerca de sua coluna, da representação

de mulheres expressa na publicação e de sua posição como mulher e colunista. Em outro sentido, a entrevista busca captar informações a respeito da dinâmica profissional de Thaís Bezerra e da construção do caderno que leva seu nome. Tais pretensões são condizentes com a afirmação de Jorge Duarte: “A entrevista em profundidade é uma técnica dinâmica e flexível, útil para apreensão de uma realidade tanto para tratar de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado, como para descrição de processos complexos nos quais está ou esteve envolvido” (DUARTE, 2005, p. 64).

Um desenvolvimento metodológico semelhante ao estipulado para esta pesquisa foi adotado por Ruhan Victor Oliveira dos Santos na dissertação de mestrado em Comunicação intitulada *O Gênero à Margem: A representação da travestilidade na página do Facebook Travesti Reflexiva*, apresentada em 2018. Utilizando a Análise de Conteúdo como método, o autor também realizou uma entrevista em profundidade como suporte.

Em sua dissertação, o autor empregou a AC com o intuito de constituir uma visão das temáticas, expressões e modos de atuação existentes em seu objeto de pesquisa (SANTOS, 2018). Para tanto, definiu um conjunto de categorias para mapear as datas das publicações da página, seu contexto, tipo e palavras-chave. Tal qual este trabalho, a pesquisa de Ruhan Santos propôs-se a entender a construção da representação de um determinado grupo não-hegemônico. O estudo, portanto, possui semelhanças ao exercício aqui proposto não só no que diz respeito à metodologia, mas também em seu tema.

Na próxima seção será apresentada a parte empírica deste trabalho, com a apresentação e discussão dos achados da etapa da Análise de Conteúdo.

## **2.2 - Análise**

Nesta seção, apresentamos a parte empírica deste trabalho, que se inicia a partir de uma Análise de Conteúdo (AC). Para facilitar a exposição e discussão dos resultados de cada categoria, dividimos esta análise em blocos denominados *Aparência* e *Maneira*. Postos esses achados, será abordada a percepção dos modelos de representação emergidas da sistematização e comparação dos dados e informações. Em seguida, apresentaremos uma síntese comparativa a respeito de toda a etapa da AC.

Em sequência, uma nova etapa de análise será exposta, dessa vez relacionada à entrevista em profundidade realizada com a colunista Thaís Bezerra. Nessa divisão, serão

elencados trechos das respostas concedidas e comentários sobre as relações entre as impressões de Thaís Bezerra e os resultados da primeira etapa da pesquisa.

Anterior à apresentação dos resultados, entendemos que a contextualização histórica da sociedade sergipana se mostra pertinente, considerando que o conteúdo – “texto” – não pode ser extraído do contexto sem que sua interpretação seja prejudicada. Desse modo, exporemos elementos desses períodos sócio-históricos que potencialmente contribuam para a discussão posterior dos achados, considerando cada época, de acordo com os recortes temporais que dividem o período de estudo.

### **2.2.1 - Contextualização por recorte**

#### **Recorte A (1981-1988)**

O Recorte A se estende do ano de fundação do caderno, 1981, até 1988. Este período emblemático foi marcado pelo processo de erosão da Ditadura Militar no Brasil, oficialmente encerrado em 1985, com a eleição indireta de um presidente civil pelo Congresso Nacional, como parte do processo de redemocratização do país, culminado com a promulgação da Constituição de 1988 e ampla participação popular na Assembleia Constituinte. Em 1982, foi realizada a primeira eleição direta para governadores de estado desde os anos 60. A organização da sociedade civil e, sobretudo, do movimento sindical, foi mais uma marca do período, como demonstra a articulação do movimento Diretas Já em 1984.

Em Sergipe, o período em recorte foi aberto no governo de Augusto Franco (1979-1982), que deixou o cargo para concorrer à Câmara Federal. Assumiu seu vice, Djenal Queiroz (1982-1983). Cabe pontuar que, na mesma eleição em que Augusto Franco concorreu para deputado federal, dois de seus quatro filhos também participaram do pleito para os cargos de senador e deputado estadual (DANTAS, 2004). O fato ilustra como a família Franco, proprietária do jornal do qual faz parte a publicação ora em análise, tem posição de destaque no âmbito político no estado. Também passaram pelo governo nesse período João Alves Filho (1983-1987) e Antônio Carlos Valadares (1987-1991).

O historiador Ibarê Dantas destaca que, no início dos anos 80, Sergipe apresentou dados de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) superiores às médias brasileira e nordestina. A acentuação do processo de modernização e industrialização no estado, com governos desenvolvimentistas, impôs a assimilação de costumes decorrentes dos novos

padrões tecnológicos – no ano de estreia do caderno Thaís Bezerra, a TV Sergipe, primeira emissora televisiva do estado, completava 10 anos.

Apesar disso, os altos índices de concentração de renda e de analfabetismo ilustram o contexto de desigualdade social daquele momento. Nesse sentido, Dantas destaca a importância dos empresários urbanos na composição da elite da época, com destaque para a longevidade e prosperidade do grupo Franco.

No que tange a acontecimentos históricos e transformações sociais diretamente ligados à vida de mulheres, o Brasil dava continuidade ao movimento que, na década anterior, foi marcado pelo Ano Internacional da Mulher – 1975, por iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU). O ano de 1981 marca o surgimento de uma das primeiras publicações periódicas fundadas por um grupo de mulheres feministas no país: o *Mulherio*, que durou até 1987 e se tornou um dos mais longevos da época (TELES, 1999).

Questões de gênero também passam a ser timidamente debatidas no interior do movimento de trabalhadores, com a liderança de mulheres dirigentes e a criação de divisões e eventos internos em sindicatos e órgãos de classe – a exemplo da Comissão da Questão da Mulher Trabalhadora na Central Única dos Trabalhadores (CUT), de 1986, e o I Congresso Nacional da Mulher Trabalhadora, do mesmo ano. Também são criados órgãos de apoio a mulheres no interior das estruturas de governo, como o Conselho Nacional dos Direitos da Mulher em 1985 e, em São Paulo, a Delegacia Policial de Defesa da Mulher, também de 85. A tendência nacional não tarda a chegar a Sergipe, que funda em Aracaju, em 1986, o Conselho Municipal da Condição Feminina, reestruturando-o em 1988 (CRUZ, 2012).

### **Recorte B (1989-1998)**

1989, ano que inicia este recorte temporal, foi marcado por índices de inflação que chegaram a 1000% (DANTAS, 2004). Diante da grave situação econômica, os brasileiros foram às urnas em busca de um governante que incorporasse o papel de “salvador da pátria”, elegendo Fernando Collor de Melo. Em Aracaju, Antônio Carlos Valadares ainda assumia o governo, encerrando o mandato em 1991 e legando uma máquina pública desgastada a João Alves Filho (1991-1995), que voltou ao cargo de governador.

Com a inflação descontrolada e a implantação de sucessivos planos econômicos mal sucedidos, o governo Collor alcançou ampla rejeição entre a população. De acordo com Ibarê Dantas, “as repercussões do Plano Collor em Sergipe foram de perplexidade e susto

sobretudo para a elite política e o empresariado” (2004, p. 227). O ápice do descontentamento entre a opinião pública se deu em função do envolvimento do presidente em escândalos de corrupção, acarretando seu *impeachment* em 1992. Assumiu o governo seu vice, Itamar Franco, em cujo governo foi implantado o Plano Real (1994) e iniciada a estabilização monetária. Em âmbito local, o governo foi marcado novamente por seu viés desenvolvimentista e pelo endividamento do estado.

Em 1995, o ex-ministro da Economia de Itamar Franco, Fernando Henrique Cardoso, assumiu o governo federal, consolidando a estabilidade financeira. O momento também se caracteriza pelo acirramento do processo de globalização e pela guinada liberal, com a privatização de diversas estatais. Em Sergipe, Albano Franco (1995-2003), que havia sido presidente da Confederação Nacional da Indústria (CNI) por 14 anos (1980 e 1994), assumiu o cargo de governador, reafirmando o poder político da família Franco.

Para além da política e da economia, o período é marcado pelo avanço da tecnologia: em 1996, as operadoras de TV a cabo chegam a Aracaju (DANTAS, 2004) e, no Brasil, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) aprova a regulação do Serviço Móvel Celular. A educação superior ganha respaldo através da abertura e desenvolvimento dos primeiros programas de pós-graduação da Universidade Federal de Sergipe (UFS), da transformação das Faculdades Integradas em Universidade Tiradentes (Unit) e da chegada de novas faculdades particulares, como a Pio Décimo e a Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe (Fanese) em 1997 e 1998.

O final da década foi caracterizado pelo alto endividamento público no estado, com risco de intervenção do Banco Central no Banco do Estado de Sergipe (Banese) (DANTAS, 2004). A Empresa Energética de Sergipe (Energipe) foi privatizada em 1997 como forma de quitar as dívidas públicas. No ano seguinte, Albano Franco foi reeleito governador enquanto

testemunhava a vitória de dois jovens sobrinhos, um para a Câmara dos Deputados e outro para a Assembleia Legislativa. Era a influência política da família Franco que prosseguia através de uma nova geração, proporcionando-lhe continuidade rara na História de Sergipe. (DANTAS, 2004, p. 242)

Quanto às transformações sociais relacionadas à vida de mulheres, este recorte temporal é marcado pela eleição de Maria do Carmo Alves ao cargo de senadora pelo estado de Sergipe, em 1998. Por duas décadas, Maria tornou-se a única mulher sergipana a ocupar um cargo eletivo de expressão nacional, tendo sido reeleita por mais dois mandatos

consecutivos: 2006 e 2014. O período é marcado também por avanços ligados a mecanismos político-legais em âmbito nacional e internacional, como a assinatura da Convenção Interamericana para Punir, Prevenir e Erradicar a Violência Contra a Mulher, de 1994, e a Declaração e Plataforma de Ação da IV Conferência Mundial sobre a Mulher, realizada em Beijing em 1995 (GREGORI, 2017).

Ainda sobre a década em questão e a vivência das mulheres no Brasil, Escosteguy afirma:

identificaram-se avanços nas relações de trabalho onde se tornou mais difícil a discriminação por sexo, aprovaram-se políticas públicas de reconhecimento da mulher como vítima da violência – embora esta não tenha declinado –, cresceu o interesse e aumentou a visibilidade de questões referentes aos direitos da mulher em campanhas eleitorais, bem como despontou a discussão sobre assédio sexual, entre outras manifestações. Em termos de conjuntura vivida, (...), vivenciou-se um “feminismo difuso”, ainda que não se identificasse a organização orquestrada de demandas, nem a militância pelo feminismo. (ESCOSTEGUY, 2020, p. 118)

As palavras da autora demonstram como o recorte temporal foi marcado por um hiato nas lutas dos movimentos feministas na exposição integrada de suas pautas como contrução e vivência coletiva. Ainda assim, foram conquistados certos avanços no interior das instituições, com menor movimentação nas ruas e maior atuação em salas de reuniões e gabinetes.

### **Recorte C (1999-2008)**

Com a reeleição, Albano Franco garantiu permanência no governo de Sergipe até 2003. Na virada do milênio, o estado demonstrou melhorias na qualidade de vida da população em face de “novas tecnologias e novos padrões de gestão” (DANTAS, 2004). No ano 2000, o estado registrou o menor índice de concentração de renda do Nordeste. De acordo com Falcón (2014), o período em Sergipe foi marcado “pelo crescimento da riqueza com inclusão social, conseguindo promover uma melhor distribuição de renda” em decorrência da “criação de novas oportunidades de emprego, aumento na qualidade da educação, saúde, infraestrutura domiciliar e acesso a bens e serviços” (FALCÓN, 2014, p. 56).

O cenário de melhorias sociais, segundo os autores, está ligado à ascensão dos governos de esquerda: em âmbito federal, assumiu a presidência o petista Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2011), e, localmente, Marcelo Déda Chagas (2001-2006) tornou-se prefeito de Aracaju. No governo do estado, à contramão, o líder direitista João Alves Filho (2003-

2007), do Partido da Frente Liberal (PFL, hoje Democratas) voltou ao posto que já havia assumido em outras duas oportunidades. Mas, o movimento de adesão aos governos progressistas acabou por alcançar a administração estadual ao fim do período em recorte, com a vitória do ex-prefeito da capital Marcelo Déda (2007-2013) para governador.

Em comentário sobre o período e considerando o contexto de mudança da década de 80 para os anos 2000, Ibarê Dantas afirma:

o fato é que a elite senhorial sergipana murchou. Novos grupos emergiram, mas no todo o setor empresarial privado perdeu terreno para o Estado, que avançou como fonte de investimentos e detentor dos meios de produção através de grandes empresas públicas, com as indústrias extrativistas. (DANTAS, 2004, p. 252)

No que tange ao impacto social do período na vida de mulheres, o recorte é marcado pela criação da Secretaria Nacional de Política para Mulheres, em 2003, que instituiu o serviço Ligue 180 como uma das principais ferramentas de enfrentamento à violência contra mulheres no país. Em 2006, foi criada a Lei Maria da Penha (Lei nº 11.340), outro marco no combate à violência contra mulheres.

Em se tratando do caderno Thaís Bezerra, uma marca do período é a consolidação da publicação no mercado sergipano.

### **Recorte D (2009-2018)**

Em 2009, a participação da classe C na população sergipana chegou a 38,4%, englobando 788 mil pessoas e tornando-se o estrato de renda com maior contingente populacional (FALCÓN, 2014). O início do período em recorte também apresentou bons índices em se tratando da esfera educacional, com o cumprimento das metas do Ensino Básico e o crescimento do Ensino Superior com aumento do número de vagas e abertura de novos *campi* da UFS no interior (*idem*).

Na política, o período foi marcado pela articulação da sociedade civil, sobretudo a partir da internet, culminando nas chamadas Jornadas de Junho em 2013. Neste mesmo ano, a morte precoce de Marcelo Déda pôs fim ao seu governo, assumindo o mandato o então vice Jackson Barreto. Reeleito no ano seguinte, Barreto permaneceu no cargo até 2018, sendo substituído por seu vice, Belivaldo Chagas, que desde então assume o posto de governador.

Em âmbito nacional, Lula deixou a presidência após dois mandatos (eleição e reeleição) preparando o caminho para a sucessora e correligionária Dilma Rousseff (2011-



2016), que se tornou a primeira mulher presidente do Brasil. Durante o governo Dilma, um dos principais marcos ligados ao contexto social de mulheres foi a sanção da Lei nº 13.104/2015, que qualificou o crime de feminicídio.

Em seu segundo mandato, já com a imagem enfraquecida por supostos envolvimento em esquemas de corrupção e sem apoio da base governista, Rousseff sofreu *impeachment* e foi substituída por seu vice, Michel Temer. Desde então, o alinhamento conservador vem ganhando força entre a população brasileira, resultando na eleição de Jair Bolsonaro para presidente em 2018. A ascensão da ultra direita no poder, caracterizada não apenas pelo militarismo e conservadorismo, mas também pelo fundamentalismo religioso, escancara as desigualdades de gênero e institucionaliza um discurso machista e misógino. A dimensão desse retrocesso ainda não pode ser mensurada em sua totalidade e “é bastante provável que só a história venha nos permitir saber o tamanho e a intensidade da devastação que as forças de direita estão promovendo no país” (RODRIGUES, 2016, p. 30).

Sobre o caderno Thaís Bezerra, o período é caracterizado pelo conteúdo publicitário nas capas e pelo status alcançado pela publicação entre a sociedade sergipana.

Este breve apanhado histórico sobre os recortes temporais deve oferecer subsídios para o enquadramento e contextualização dos dados apresentados na Análise de Conteúdo, bem como apontar caminhos às discussões. Como já pontuado, a categorização na AC será dividida em blocos focados nos aspectos estéticos (*Aparência*) e comportamentais (*Maneira*) registrados nas capas e contracapas do caderno Thaís Bezerra, a fim de estabelecer um panorama sobre a representação das mulheres retratadas entre os anos de 1981 e 2018.

### **2.2.2 - Análise de Conteúdo**

#### **Bloco Aparência**

O bloco Aparência é composto pelos tópicos *Tom de Pele*, *Cabelo*, *Corpo*, *Faixa etária* e *Vestuário*. Cada um deles será aqui apresentado por meio de uma perspectiva comparativa entre os quatro recortes temporais estudados, mencionando o número de incidências de cada categoria e construindo uma contextualização acerca dos dados observados.

Cabe salientar a existência de edições em que as páginas finais dos cadernos funcionam como acessórias às capas, aqui denominadas contracapas. Além de exibir imagens integrantes do mesmo ensaio do qual a foto de capa faz parte, a contracapa costuma trazer textos complementares à legenda da capa. Nesse sentido, consideramos para esta pesquisa o par *capa-contracapa* como conjunto único para a coleta de dados. Nos casos em que os aspectos imagéticos da contracapa diferem dos da capa, a capa será considerada a referência.

Outro ponto passível de ênfase é o fato de que uma mesma edição pode apresentar sobreposição de categorias – por exemplo, uma mesma fotografia apresentar lado a lado personagens com textura capilar lisa e cacheada/ondulada. Nesse sentido, a soma de incidências em cada tópico por recorte pode ser superior a 35.

**a) *Tom de Pele***

Os conjuntos de capas pertencentes aos Recortes A (de 1981 a 1988) e B (de 1989 a 1998) foram publicadas em escala de cores preto e branco e, em algumas edições, foram analisados arquivos digitalizados. Nesse sentido, a acurácia da observação de determinados dados neste tópico foi prejudicada. A fim de aproximar-se ao máximo de uma análise precisa, a pesquisa utilizou-se de outros elementos presentes nas capas, a exemplo dos registros textuais, para especificar os dados.

Ressalta-se que, ao longo das análises, foi percebida a necessidade de descrever os diferentes tons de pele das mulheres presentes na publicação em vez de defini-las conforme um critério de raça. Essa opção se baseia na premissa de que, em um país de colorismos<sup>11</sup>, o tom de pele não se mostra como elemento fenotípico suficiente para sustentar definições de raça. Mais além, nossa intenção não é apenas a de quantificar as aparições de mulheres negras e brancas nas capas, mas também a de buscar compreender se existe um modelo –

---

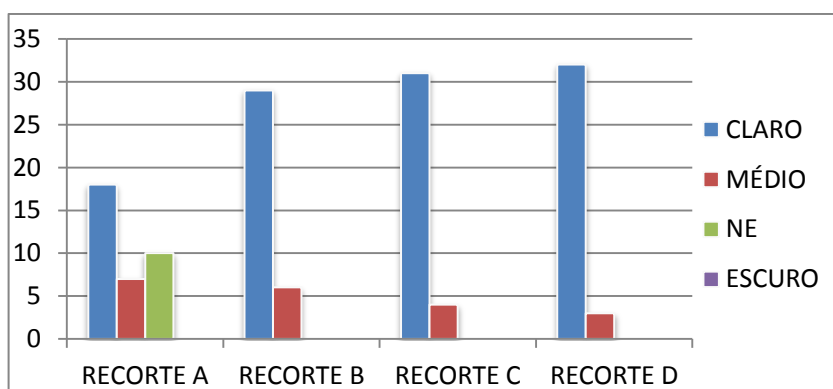
<sup>11</sup> Utilizado pela primeira vez pela escritora Alice Walker em 1982, o termo colorismo designa “um sistema de favores, no qual a branquitude permite a presença de sujeitos negros com identificação maior de traços físicos mais próximos do europeu, mas não os eleva ao mesmo patamar dos brancos, ela tolera esses “intrusos”, nos quais ela pode reconhecer-se em parte, e em cujo ato de imitar ela pode também reconhecer o domínio do seu ideal de humano no outro. (...) Além disso, o colorismo cria a ilusão da inserção de toda a população negra, quando na verdade à população de pele escura é negada toda possibilidade de acesso. Uma pessoa de pele escura, será reconhecida como negra em todas as circunstâncias, a branquitude não reconhecerá nela traços com os quais possa se identificar e desse modo despertar sua empatia”. In: DJOKIC, Aline. Colorismo: o que é, como funciona. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/colorismo-o-que-e-como-funciona/0>>. Acesso em: 10 fev 2020.

ou modelos – socialmente mais aceitável do ponto de vista do fenótipo. Ao optarmos pela definição do tom de pele e não posicionarmos as personagens em nenhum grupo racial, deslocamos as próprias definições de raça, uma vez que estas se revelam antes sociais e políticas do que fenotípicas.

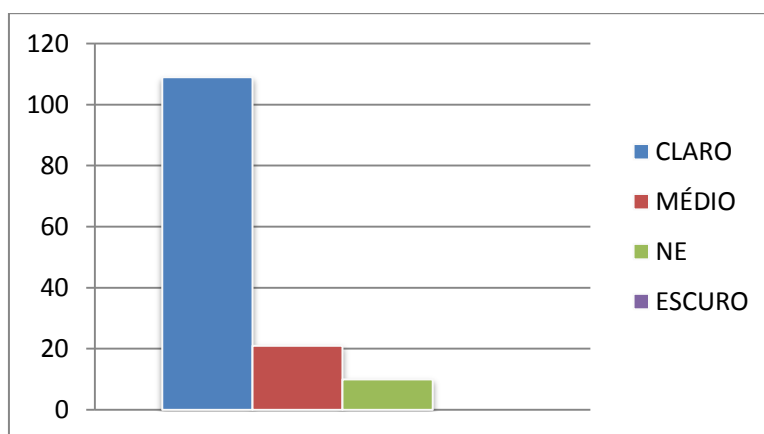
Nessa visada, optamos por não seguir o sistema classificatório de “Cor ou Raça” definido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), constituído pelos grupos denominados “branco”, “pardo”, “preto”, “amarelo” e “indígena”. Pelo fato de o IBGE seguir uma lógica de autodeclaração, entendemos que esse sistema não é compatível com os métodos utilizados neste trabalho, uma vez que as denominações aqui expressas partem unicamente da observação da pesquisadora.

Salientamos ainda que a análise do conteúdo de acordo com o tom de pele das retratadas baseou-se na observação a partir de critérios passíveis de subjetividade, de modo que tal classificação pode não ser compatível com os resultados de uma análise baseada na autodeclaração das retratadas.

Postas essas questões, os resultados do tópico *Tom de Pele* são registrados a seguir:



**Figura 6 - Resultados tópico *Tom de Pele* - Por recortes**



**Figura 7 - Resultados tópico *Tom de Pele* - Geral**



Tais relações de poder geram e são geradas no seio de um sistema hegemônico e colonial que estende à branquitude o lugar do natural, não racializado. O trecho abaixo, extraído do texto “Morenas exóticas – um debate sobre colorismo, negritude e arquétipos femininos da ideologia da mestiçagem”<sup>13</sup>, de autoria de Bianca Gonçalves, amplia a discussão sobre a utilização do termo “morena”:

“Morena” é uma definição ambígua: ao mesmo tempo em que é empregado a pessoas brancas de cabelo escuro (a Xuxa não ficou “morena”?), também é geralmente utilizado para classificar mulheres negras de tom de pele mais claro. Tal ambiguidade não se faz à toa: trata-se de mais um gesto de embranquecimento promovido pela ideologia racista da mestiçagem, concebendo um falso elo entre a negritude e a branquitude. Quase sempre marcado por um esforço sensualizador, mulheres tidas como “morenas” são também atingidas pela marca do “exóticas”, assim como a hegemonia branca costuma classificar aquelas que fogem dos padrões eurocêtricos de beleza (...) Uma busca rápida no *Google* nos mostra que “morena” e, ainda, acrescido do terrível “exótica”, é uma expressão muito cara à pornografia e à hipersexualização de corpos de mulheres negras. (GONÇALVES, 2015)

A predominância de personagens de *Tom de Pele* considerado *Claro* em face daquelas cujo *Tom de Pele* foi considerado *Médio* e *Escuro* reforça uma tendência ao preterimento do biotipo de mulheres negras. Nesse sentido, a antropóloga Lélia Gonzalez apresenta críticas à representação midiática desses corpos, demonstrando como a sexualização de mulheres negras é uma das leituras cristalizadas no imaginário brasileiro, explícita na figura da “mulata”.

é justamente no momento do rito carnavalesco que o mito é atualizado com toda a sua força simbólica. E é nesse instante que a mulher negra transforma-se única e exclusivamente na rainha, na “mulata deusa do meu samba”, “que passa com graça/fazendo pirraça/fingindo inocente/tirando o sossego da gente”. É nos desfiles das escolas de primeiro grupo que a vemos em sua máxima exaltação. Ali, ela perde seu anonimato e se transfigura na Cinderela do asfalto, adorada, desejada, devorada pelo olhar dos príncipes altos e loiros, vindos de terras distantes só para vê-la. (GONZALEZ, 1984, 228)

É na assimilação da posição de mulata que corpos negros femininos vêm alcançando certa visibilidade – ainda que imprópria, discutível, frágil e temporária – no contexto histórico brasileiro. Essa visibilidade, no entanto, é dissolvida a partir da segunda leitura apontada por Lélia Gonzalez a respeito de mulheres negras no Brasil: a figura servil da “empregada doméstica”.

Quanto à doméstica, ela nada mais é do que a mucama permitida, a da prestação de bens e serviços, ou seja, o burro de carga que carrega sua família e a dos outros nas costas. Daí, ela ser o lado oposto da exaltação; porque está no cotidiano. E é nesse cotidiano que podemos constatar que somos vistas como domésticas. Melhor exemplo disso são os casos de discriminação de mulheres negras da classe média,

<sup>13</sup> Disponível em: <<https://tinyurl.com/y2xh5ezc>>. Acesso em: 20 jan 2021.

cada vez mais crescentes. Não adianta serem “educadas” ou estarem “bem vestidas” (afinal, “boa aparência”, como vemos nos anúncios de emprego é uma categoria “branca”, unicamente atribuível a “brancas” ou “clarinhas”). Os porteiros dos edifícios obrigam-nos a entrar pela porta de serviço, obedecendo instruções dos síndicos brancos (os mesmos que as “comem com os olhos” no carnaval (...)). (GONZALEZ, 1984, p. 230)

Na articulação entre essas duas leituras se explica o jogo de invisibilização materializado nas páginas do caderno Thaís Bezerra: quanto mais escuro o tom de pele, mais distante a possibilidade de aproximar-se dos traços considerados ideais dentro da perspectiva da branquitude e maior o enlace à sua suposta posição social de servidão. Assim, mulheres de pele escura são relegadas ao lugar da omissão, escondidas sob o tecido social do cotidiano e distanciadas da ocupação de espaços simbólicos, a exemplo das colunas sociais. No entanto, mulheres cujo tom de pele é um pouco mais claro do que o retinto – mais próximo ou menos distante, portanto, da branquitude – conseguem, ao adequar-se ao estereótipo da mulata, abrir uma brecha nesse tecido social, ainda que de forma bastante específica. Essa brecha posiciona mulheres negras retintas, desse modo, em um espaço pré-definido e reducionista. Assim, mesmo que seus corpos figurem ocasionalmente em espaços como o das colunas sociais, estes não são locais de fato ocupados, uma vez que tal ocupação é hierarquizada por uma branquitude que reivindica a posse de qualquer espaço de poder como se fosse seu por direito.

Emerge neste ponto uma indagação sobre quem, em potencial, chancelaria a visão das personagens como sexualmente desejáveis dentro do caderno Thaís Bezerra: se alguém é dito desejável, o é para alguém. Nesse sentido, sustenta-se uma hipótese normativa/hegemônica e colonial, considerando o olhar de uma audiência heterossexual. Tal hipótese emerge em consideração ao fato de que, nas 140 edições analisadas, não há registros de personagens envolvidas em relações homoafetivas. Se o reconhecimento das personagens como sexualmente desejáveis parte de uma perspectiva heterossexual, portanto, é cabível dizer que a autoria da publicação se investe de um olhar androcentrado e machista ao tecer suas considerações sobre corpos femininos, especialmente sobre corpos femininos de tom de pele não claro.

A ausência de personagens de *Tom de Pele* reconhecido como *Escuro* e a pouca incidência de tons de pele considerados *Médio* demonstra que as capas do caderno Thaís Bezerra guardam pouca semelhança com os números oficiais do IBGE<sup>14</sup>, que registram uma porcentagem de 70,7% da população sergipana autodeclarada negra – sendo 8,9%

<sup>14</sup> Disponível em: <<https://tinyurl.com/yy98hjwe>> Acesso em: 20 jan 2021.

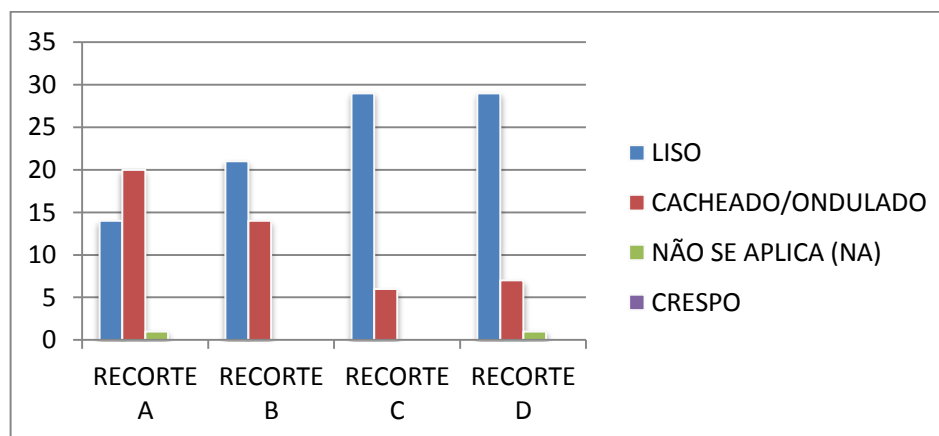
pretos e 61,8% “pardos”<sup>15</sup>. Em contraponto, o mesmo índice indica apenas 27,7% dos sergipanos como autodeclarados brancos.

Em uma perspectiva comparativa, é notável como, ao longo dos anos, o número de personagens de *Tom de Pele* considerado *Claro* cresce de forma inversamente proporcional àquelas cujo *Tom de Pele* é considerado *Médio*: enquanto o tom *Claro* sobe de 18 no Recorte A para 32 no Recorte D, o tom *Médio* desce de 07 no Recorte A para 03 no Recorte D.

Esse resultado torna-se ainda mais relevante ao considerarmos que na última década (portanto, no espaço de tempo identificado com o Recorte D) as discussões em torno das questões de raça e classe vem alcançando o *mainstream*. Nesse sentido, o caderno Thaís Bezerra parece seguir em um movimento oposto, fechando-se à inclusão da diversidade racial com o passar dos anos.

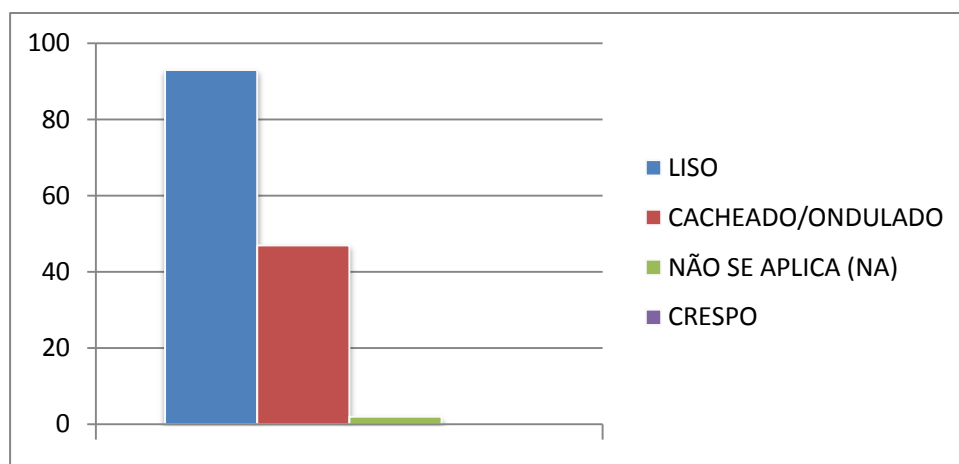
#### b) *Cabelo*

Em números gerais, os indicadores relacionados ao *Cabelo* das mulheres representadas no caderno Thaís Bezerra foram divididos da seguinte forma:



**Figura 9 - Resultados tópico *Cabelo* - Por recortes**

<sup>15</sup> O termo “Pardo” é utilizado pelo IBGE e por isso o mantivemos neste texto, considerando a autodeclaração. No entanto, entendemos que se trata de um vocábulo que se alinha à lógica do branqueamento e, em certa medida, da negação da raça negra, sendo, assim, questionado pelo Movimento Negro no Brasil.



**Figura 10 - Resultados tópico *Cabelo* - Geral**

Duas edições foram marcadas como NA (*Não se Aplica*). A primeira delas data de 15 de fevereiro de 1988, integrando o Recorte A (A351). Tanto na capa quanto na contracapa, a edição exibe imagens em *close* do corpo da modelo, não sendo mostrada nas fotografias nenhuma característica de seu pescoço para cima – incluindo-se aí seu cabelo. Fica evidente neste caso como a presença da personagem na publicação baseia-se em seus atributos físicos, o que é acentuado pelo fato de a legenda sequer mencionar seu nome: a retratada é identificada unicamente como “gata carioca”.



**Figura 11 - Capa da edição de 14 e 15 de fevereiro de 1988 (A351) do caderno Thaïs Bezerra**

Ao omitir ou apagar da imagem o rosto de uma mulher, a publicação acaba por apagar de forma simbólica também a sua identidade. Segundo Le Breton:

O rosto é, de todas as partes do corpo humano, aquela onde se condensam os valores mais elevados. Nele cristalizam-se os sentimentos de identidade, estabelece-se o reconhecimento do outro, fixam-se as qualidades da sedução (...). O valor ao mesmo tempo social e individual que distingue o rosto do resto do corpo,



sua eminência na apreensão da identidade é sustentada pelo sentimento que o ser inteiro aí se encontra. (LE BRETON, 2010, p. 71)

A visualização do conjunto corpo/membros descolado do conjunto cabeça/face na edição A351, nesse sentido, assume uma função meramente plástica, estética, ornamental, esvaziada de personalização. O corpo da retratada, assim, sofre uma pressão coisificante, objetificadora.

A objetificação nada mais é do que uma maneira de retratar a mulher a partir da exposição de seu corpo, partindo de uma perspectiva em que o corpo está à disposição e servindo de interesse do outro, e não de si própria. O corpo é então um objeto de consumo, se torna impessoal, é o lugar onde se depositam os desejos e as fantasias do outro. (REIS, 2018, p. 100)

A despersonalização e a objetificação revelam-se como ferramentas de controle dos corpos femininos na medida em que bloqueiam seu reconhecimento como sujeito e, por consequência, seu potencial de despertar a identificação de outrem.

Retornando às edições do caderno Thaís Bezerra marcadas como NA no tópico *Cabelo*, a segunda data de 04 de maio de 2014, compondo o Recorte D. Identificada com o código D279, a edição exibe na capa uma imagem em que a textura de cabelo da personagem não pôde ser identificada, uma vez que a jovem retratada havia recentemente raspado os cabelos em virtude de um tratamento médico.

A historiadora Michelle Perrot pontua que os cabelos são “o sinal mais visível da feminilidade” (PERROT, 2007, p. 52) através dos quais, historicamente, calcula-se o valor político do corpo de uma mulher como ponto de honra e objeto de poder. Perrot baseia sua discussão na observação dos usos dos cabelos ao longo da história a partir de rituais e representações artísticas. A autora identifica uma relação entre cabelos e animalidade, apontando que o processo de disciplina da aparência dos cabelos das mulheres – por meio da tosquia daquelas consideradas lascivas e/ou suspeitas de feitiçaria e da utilização do véu, de chapéus ou de penteados – representa o apagamento da “natureza feminina” e a sua submissão aos homens.

As afirmações de Perrot, nesse sentido, ganham corpo no exemplo da imagem de capa da edição D279: afastada – ainda que momentaneamente – de seu cabelo como signo de feminilidade hegemônica, a personagem lança mão de outros signos a fim de manter e resgatar sua performance. Entre esses outros signos podemos destacar a maquiagem, simbolizada pelo curvador de cílios (curvex).

Em paralelo, o subtítulo do texto que acompanha a imagem apresenta a personagem retratada como “exemplo de coragem e determinação”. Abaixo, o texto deixa claro que a ausência de cabelos não é fruto de uma escolha pessoal, e sim de um tratamento contra o câncer. Nesse sentido, a coragem e a determinação que descrevem a personagem podem ser lidas como características necessárias não só para resistir aos procedimentos médicos como para enfrentar um suposto processo de enfraquecimento de sua feminilidade causado pela raspagem dos cabelos.



**Figura 12 - Capa da edição de 04 e 05 de maio de 2014 (D279) do caderno Thaís Bezerra**

A análise geral dos indicadores relacionados ao tópico *Cabelo* demonstra a predominância de cabelos cuja textura foi denominada como *Liso*. Apenas no Recorte A os cabelos identificados como *Cacheado/Ondulado* apareceram como maioria. Comparativamente, é perceptível como o avanço dos anos significou o aumento do uso de cabelos classificados como *Liso* e a redução dos classificados como *Cacheado/Ondulado*: o tipo *Liso* passou de 14 no Recorte A para 29 no Recorte D, enquanto o tipo *Cacheado/Ondulado* foi de 20 no Recorte A a 07 no Recorte D.

Este fato pode estar relacionado à estética vigente em cada década, uma vez que, nos anos 80 (período identificado com o Recorte A), cabelos volumosos e texturizados eram moda. Nesse sentido, destaca-se a adoção de procedimentos químicos capazes de texturizar o cabelo conforme o padrão da época, a exemplo do permanente.

Ressaltamos que a análise da textura dos cabelos neste trabalho se deu a partir do que se mostra registrado nas imagens. No entanto, sabemos que é comum o uso de tratamentos e acessórios capilares que transformam a textura dos cabelos de forma temporária ou perene. Nesse sentido, segundo pesquisa realizada em 2013 pela consultora Kantar Worldpanel e publicada pela revista Exame, estima-se que cerca de 70% dos

brasileiros tenham fios de cabelo cacheados ou crespos e que 25 milhões de mulheres brasileiras alisavam o cabelo. O depoimento de bell hooks<sup>16</sup> sobre esse ritual é bastante significativo e expressa a condição de mulheres negras na busca pelo ideal branco, entendido como ideal de feminilidade.

Nas manhãs de sábado, nos reuníamos na cozinha para arrumar o cabelo, quer dizer, para alisar os nossos cabelos. Os cheiros de óleo e cabelo queimado misturavam-se com os aromas dos nossos corpos acabados de tomar banho e o perfume do peixe frito. Não íamos ao salão de beleza. Minha mãe arrumava os nossos cabelos. Seis filhas: não havia a possibilidade de pagar cabeleireira. Naqueles dias, esse processo de alisar o cabelo das mulheres negras com pente quente (inventado por Madame C. J. Walker) não estava associado na minha mente ao esforço de parecermos brancas, de colocar em prática os padrões de beleza estabelecidos pela supremacia branca. Estava associado somente ao rito de iniciação de minha condição de mulher. (HOOKS, 2005, p.04)

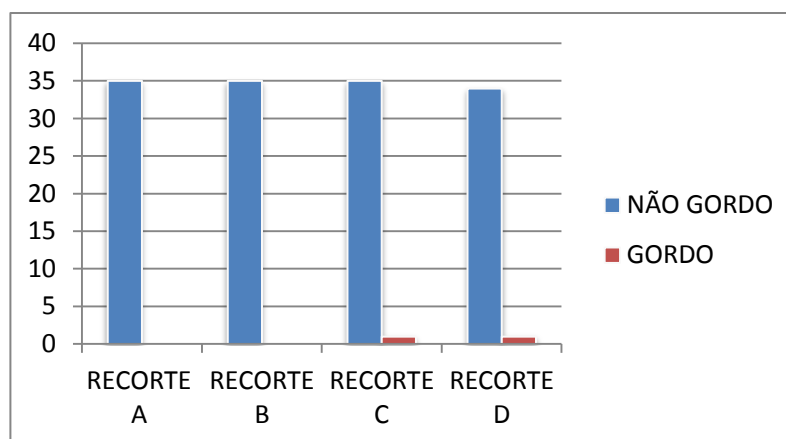
As palavras da autora estabelecem uma estreita ligação com os dados levantados na análise do tópico *Cabelo*: em nenhuma das 140 edições foi registrada incidência de personagem cuja textura capilar foi identificada como *Crespa*. Se, nas palavras de bell hooks, a condição de *mulheridade* está ligada à emulação de uma proximidade das características físicas de pessoas brancas, é pertinente afirmar que aquelas que possuem cabelos crespos não são reconhecidas como mulheres em totalidade e, portanto, não são vistas como aptas a estamparem as capas de uma coluna social.

A falta de registros tanto do *Tom de Pele Escuro* quanto do *Cabelo Crespo* nas capas do caderno denota a ausência de pessoas cujas características físicas se assemelham a de pessoas negras retintas, demonstrando mais uma vez o jogo de invisibilização dos corpos negros femininos do qual falamos anteriormente.

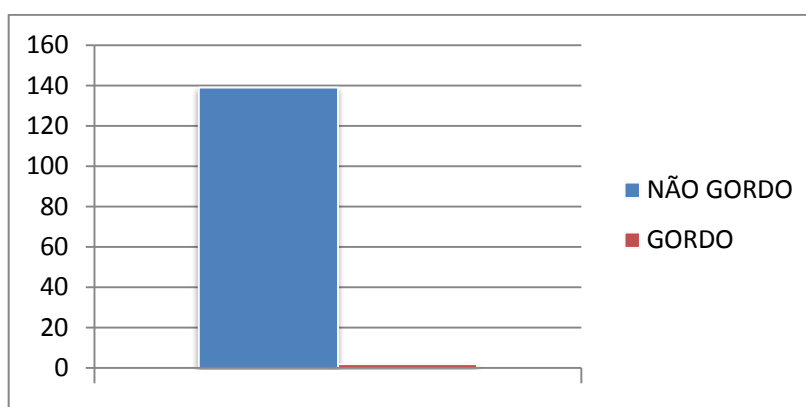
### c) *Corpo*

Neste trabalho, optamos pela utilização dos termos *Gordo* e *Não Gordo* como títulos das categorias do tópico *Corpo*, o que se deve a uma escolha consciente e política que visa distanciar-se da perspectiva hegemônica que reconhece o tipo físico magro como forma corporal padrão. Acreditamos que, ao demarcar a existência do corpo gordo no próprio emprego da linguagem, criamos um contraponto pertinente ao que os próprios resultados da análise apontam: a invisibilização de biotipos identificados como gordos. Nesse sentido, os indicadores foram quase unânimes ao expor a presença de biotipos considerados como *Não Gordos* dentro do *corpus*, como fica explícito a partir dos gráficos:

<sup>16</sup> Como posicionamento simbólico e político, a autora bell hooks adota publicamente a grafia de seu nome em letras minúsculas.



**Figura 13 - Resultados tópico *Corpo* - Por recortes**



**Figura 14 - Resultados tópico *Corpo* - Geral**

A completa ausência de personagens de *Corpo* considerado *Gordo* no Recorte A pode ter relação com a predominância de retratadas cuja profissão/ocupação está relacionada à carreira de modelo, como será discutido à frente. Como o próprio nome já revela, as modelos desempenham a função de referências, materializando padrões a serem reproduzidos e perfis estéticos a serem seguidos. Se as modelos são magras, portanto, o espaço e a legitimidade de mulheres gordas é questionado, o que incorre em sua invisibilização.

Destaca-se que, no Recorte C, uma edição foi enquadrada tanto na categoria *Gordo* quanto na *Não Gordo* pelo fato de sua imagem de capa retratar pessoas com biotipos diferentes. Trata-se da edição de 15 de junho de 2008 (C494), uma das únicas do *corpus* com incidência de corpo considerado gordo. Além dela, apenas a edição de 15 de março de 2009 (D011) registrou aparição de corpo gordo.

Há que se discutir, no entanto, a fragilidade dessa categorização, uma vez que tal procedimento foi realizado unicamente em uma perspectiva de comparação com as demais imagens do *corpus* e a partir da visão da pesquisadora. No caso da edição C494, por tratar-

se de uma pessoa pública com constantes aparições na imprensa, é possível ter acesso a outras imagens fora do *corpus* que ajudem a contextualizar o enquadramento. Na edição D011, entretanto, não existe a mesma base comparativa, o que dificulta ainda mais o enquadramento. Em sua análise individual, não há elementos suficientes para embasar um enquadramento definitivo na categoria *Gordo*.



**Figura 15 - Capa da edição de 15 de junho de 2008 (C494) do caderno Thaís Bezerra**  
**Figura 16 - Capa da edição de 15 e 16 de março de 2009 (D011) do caderno Thaís Bezerra**

Ao se comparar as imagens de capa das edições C494 e D011 com as demais, encontramos nas personagens retratadas características físicas ausentes nas outras imagens do *corpus* que poderiam justificar seus enquadramentos diferenciados: rostos arredondados, bochechas proeminentes, pescoços largos e volume de pele abaixo do queixo. A despeito dessa observação, não há consenso sobre a denominação *gordo* nem mesmo entre militantes do ativismo gordo<sup>17</sup>.

Embora o campo da Medicina eleja parâmetros quantitativos para embasar a definição de determinado indivíduo como *gordo* – a exemplo do Índice de Massa Corporal (IMC) –, gordativistas combatem tal visão por acreditarem tratar-se de um ponto de vista patologizante. Nesse sentido, o ativismo gordo considera a patologização como um elemento de distinção capaz de diferenciar indivíduos gordos e magros: a pessoa gorda

<sup>17</sup> Movimento político que encontra origens no contexto estadunidense na virada dos anos 60 para 70, seguindo a premissa de “desafiar as ideias negativas e estigmatizadoras voltadas às pessoas gordas como a associação de gordura com feiúra e doença, bem como melhorar a acessibilidade a espaços físicos para pessoas gordas buscando melhorar a qualidade de vida dessas pessoas, acabar com o preconceito e incentivar a convivência com as diferenças das pessoas.” (RANGEL, 2018, p. 48)

seria o alvo do olhar estigmatizante da patologização, sendo esta uma das faces da gordofobia<sup>18</sup>.

Na tentativa de abranger a variedade de tamanhos dos corpos gordos, parte do movimento gordativista utiliza as nomenclaturas “gordo menor” e “gordo maior” – tanto maior o corpo, mais propenso o indivíduo a ser vítima da gordofobia. Como pontua a pesquisadora Natália Rangel, essas classificações não são reconhecidas por alguns ativistas – apesar de amplamente utilizadas e compreendidas – pelo fato de não haver critérios precisos que as baseiem, além de criarem mais uma potencial ferramenta de segregação entre as próprias pessoas gordas. Rangel menciona ainda a diferença entre pessoas *magras* e pessoas *não-gordas*:

As pessoas magras seriam aquelas que não têm qualquer dificuldade de acesso por causa do tamanho de seus corpos, seja a espaços públicos ou a roupas de seus tamanhos. Essas pessoas também não têm seus corpos constantemente vigiados com o mesmo rigor que as pessoas gordas e nem sofrem a patologização de seus corpos. As pessoas não-gordas são pessoas que não são consideradas magras, mas também não se encaixam como gordas. São pessoas que se encontram no que se entende como um “limbo” pelo ativismo, no popular muitas vezes são chamadas de “gordinhas”, termo considerado pejorativo pelos/as ativistas gordos/as, uma vez que buscaria a diminuição do impacto da característica “gorda”, que para ativistas deve ser normalizada. (RANGEL, 2018, p. 75)

No caso específico deste estudo, a denominação *Não Gordo* que intitula a categoria integrante do tópico *Corpo* engloba tanto o tipo físico *magro* quanto o tipo físico *não-gordo* referido por Natália Rangel.

Diante da grande quantidade de variáveis que cercam a denominação *gordo*, o enquadramento das imagens de capa das edições C494 e D011 do caderno Thaís Bezerra na categoria *Gordo* do tópico *Corpo* revela-se passível de questionamentos, uma vez que a mera observação de uma fotografia não é suficiente para responder questões de ordem subjetiva relacionadas à patologização e à gordofobia. Ainda assim, tais classificações cumprem um papel estratégico neste trabalho uma vez que ilustram e deflagram a discussão sobre a diversidade de tamanhos corporais e a fragilidade dos limites que separam as categorias. De qualquer sorte, é sintomático que apenas duas entre 140 imagens sejam capazes de provocar dúvidas, ficando inequívoco que a publicação – ao menos nas edições analisadas – exhibe uma representação quase uníssona de figuras magras e não-gordas.

---

<sup>18</sup> Natália Rangel conceitua gordofobia como “preconceito, estigmatização e aversão englobados por meio de uma opressão estrutural que atinge as pessoas gordas na sociedade” (*idem*, p. 19)

Cabe pontuar que o papel destoante das edições C494 e D011 em relação ao restante do *corpus* reside não só no fato de suas imagens de capa exibirem personagens reconhecidas como gordas, mas também por se tratarem de mulheres identificadas como idosas. Como será descrito adiante, o grupo identificado como *Idoso* no tópico *Faixa Etária* é o menor entre as quatro categorias desse quesito. No caso da edição C494, trata-se também de uma personagem identificada como *Médio* no tópico *Tom de Pele*.

A edição C494 destaca como personagem principal a produtora de eventos sergipana radicada na Bahia Lícia Fábio. Além da produtora, aparecem na fotografia a então empresária do ramo de vinhos Ana<sup>19</sup> Marques e seu esposo, o cantor Bell Marques. O texto que acompanha a imagem faz referência ao aniversário de 60 anos de Lícia Fábio, a quem a autora denomina como “minha amiga”. A fotografia é um registro de arquivo da própria Thaís Bezerra durante um evento, conforme demarca o trecho da legenda: “Hoje TB registra essa foto especial que tirei em São Paulo no mês passado, durante uma feira de vinhos”.

Seja em relação ao *Corpo*, à *Faixa etária* ou ao *Tom de Pele*, a edição C494 representa dentro do *corpus* uma exceção que torna evidente a falta de representatividade de determinados biotipos e vivências na publicação. Nesse sentido, a personagem Lícia Fábio é atravessada por diversos marcadores identitários que lhe definem de forma particular e que, ao se somarem, configuram um ponto de vista único.

Se por um lado Lícia Fábio representa um amálgama de marcadores – mulher, gorda<sup>20</sup>, idosa, não branca – que lhe posiciona de forma socialmente desfavorável, considerando o modelo hegemônico, ela também reúne características que lhe conferem uma posição de privilégio – neste caso o de classe, pelo fato de ser uma empresária abastada e prestigiada entre a elite baiana e brasileira. Nesse sentido, o marcador de classe, diante da opinião pública, sobrepõe-se aos demais, situando a retratada em uma posição hegemônica frente aos seus pares e à sociedade. Tal situação, apesar dos demais marcadores sociais que a preterem, garante-lhe espaço entre as colunáveis. Mesmo assim,

<sup>19</sup> A despeito da forma como foi grafado na capa da edição de 15 de junho de 2008 do caderno Thaís Bezerra, o nome da empresária Ana Marques não possui a letra N duplicada.

<sup>20</sup> A empresária Lícia Fábio submeteu-se a uma cirurgia bariátrica no ano de 2009 (conforme <<https://tinyurl.com/y4484wks>>. Acesso em 16 jan 2021), fato que modificou sua aparência corporal e realinhou os marcadores relacionados ao seu biotipo, outrora categorizado como “gordo”.

em alguma medida, a presença da personagem nas esferas de poder funciona como exceção que confirma a regra, como ilustra o seguinte perfil publicado na Revista Piauí<sup>21</sup> em 2007:

Para quem está acostumado a ver nas colunas sociais *promoters* com nomes terminados em “inha”, como Fernandinha Barbosa, ex-modelo, ou Alicinha Cavalcante, sarada de academia, Lícia Fábio é uma surpresa. Aos 58 anos, com menos de 1,60cm de altura, e nenhum problema em comentar o excesso de peso (*sic*), ela tem 115 quilos. (PIAÚÍ, 2007)

Ainda que seja reconhecida e validada por seus pares na alta sociedade, a existência dos demais marcadores que constituem a imagem de Lícia Fábio não deixa de ser notada e mesmo questionada. É nesse caminho que a ausência ou insuficiência de determinadas características – a exemplo dos corpos gordos, como menciona este item – nos espaços de poder simbólico prova-se tão problemática.

A existência de diversas características que atravessam o corpo e a identidade dos sujeitos, como exemplificado pela personagem Lícia Fábio, aponta a noção de que os marcadores identitários constituem uma experiência única aos indivíduos no que diz respeito ao impacto sofrido em face dos diferentes fluxos de opressões e violências cotidianos. Essa perspectiva constitui uma lógica interseccional, conforme nos aponta a pioneira Kimberlé Creenshaw:

A associação de sistemas múltiplos de subordinação tem sido descrita de vários modos: discriminação composta, cargas múltiplas, ou como dupla ou tripla discriminação. A interseccionalidade é uma conceituação do problema que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação. Ela trata especificamente da forma pela qual o racismo, o patriarcalismo, a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas que estruturam as posições relativas de mulheres, raças, etnias, classes e outras. Além disso, a interseccionalidade trata da forma como ações e políticas específicas geram opressões que fluem ao longo de tais eixos, constituindo aspectos dinâmicos ou ativos do desempoderamento. (CREENSHAW, 2002, p. 177)

O conceito de interseccionalidade, portanto, se fundamenta na ideia de que os marcadores identitários se somam sem, no entanto, se neutralizarem. Esses elementos se entrecruzam, mantendo cada qual sua integridade e, ainda assim, produzindo uma vivência localizada, específica e inteiramente particular. O ponto de partida interseccional propicia a composição de um panorama mais complexo e completo em relação às constituições subjetivas, demonstrando a necessidade de uma representação ampla, que dê conta de abordar os mais diversos aspectos que tangenciam a vida dos sujeitos, sobretudo mulheres e, mais ainda, mulheres negras.

<sup>21</sup> Disponível em: <<https://tinyurl.com/y248robo>>. Acesso em: 20 jan 2021.



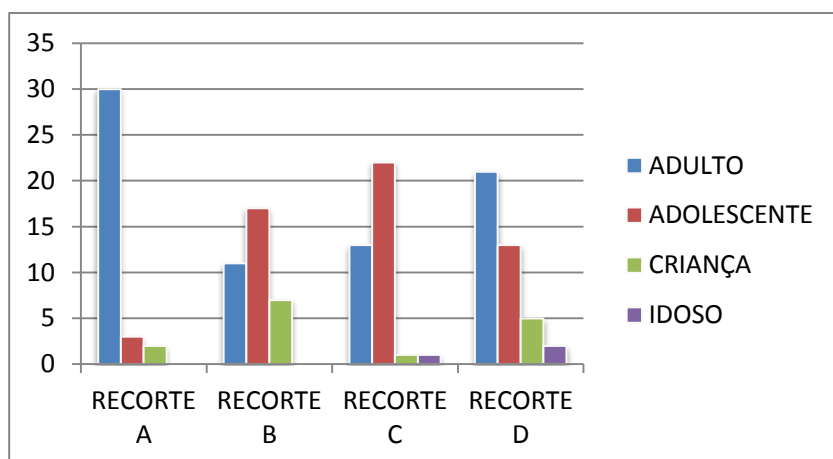
Nesse sentido, Carla Akotirene sublinha que “É da mulher negra o coração do conceito de interseccionalidade” (AKOTIRENE, 2018, p. 17), reivindicando-o e destacando o fato de que as feministas negras são precursoras na proposição teórica e política que articula os diferentes marcadores como chaves no entendimento das opressões:

O conceito interseccionalidade está em disputa acadêmica, há saqueamento da riqueza conceitual e apropriação do território discursivo feminista negro quando trocamos a semântica feminismo negro para feminismo interseccional, retirando o paradigma afrocêntrico. A proposta de conceber a inseparabilidade do cisheteropatriarcado, racismo e capitalismo está localizada no arcabouço teórico feminista negro, e quem o nega comete epistemicídio e racismo epistêmico (...) Acredito, por identidade política, que devemos mencionar a interseccionalidade como sugestão das feministas negras e não dizer feminismo interseccional, uma vez que este escamoteia o termo negro, bem como o fato de terem sido as feministas negras proponentes da interseccionalidade enquanto metodologia, visando combater multideterminadas discriminações, pautadas inicialmente no binômio raça-gênero. (AKOTIRENE, 2018, p. 32)

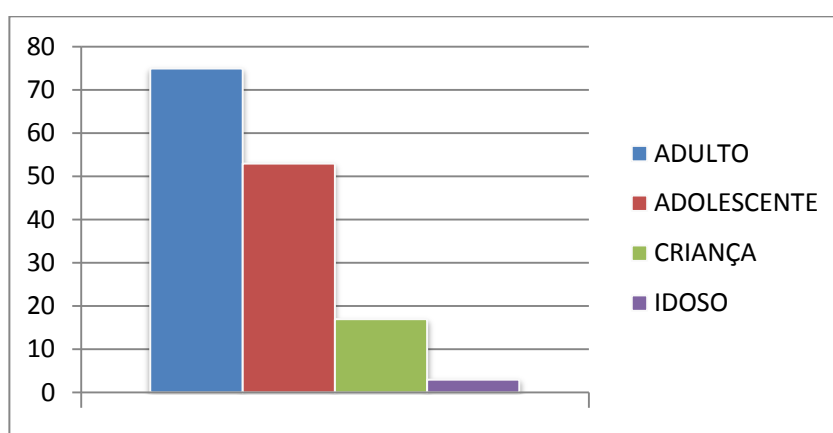
Ainda que sistematicamente apropriado, distanciado e esvaziado das premissas significadas pelo feminismo negro, o conceito de interseccionalidade demonstra, para além de pertinência, indispensabilidade, uma vez que os diversos estímulos de opressão não se manifestam nem explicam por si mesmos. São profundamente imbricados, de modo que nem mesmo exercícios conscientes de análise dão conta de dissecá-los por completo em suas origens e expressões. Não por acaso, a noção de interseccionalidade no presente estudo vem à tona justamente em um tópico que se centra em biotipos, mas que não deixa de mencionar questões orbitantes, a exemplo de classe, raça e faixa etária. De forma prática, assim, demonstra-se como os marcadores sociais se articulam e convocam mutuamente, bem como os fluxos de opressões.

#### **d) Faixa etária**

O tópico *Faixa etária* demonstra uma predominância dos grupos *Adulto* e *Adolescente*, o que pode estar relacionado ao fato de que são nessas fases que costumam ocorrer eventos que constituem temas constantes nas colunas sociais: casamentos e festas de debutantes. Embora o grupo *Adulto* seja o mais abundante, a categoria *Adolescente* registra predominância nos Recortes B e C. Os gráficos abaixo demonstram as incidências em cada categoria:



**Figura 17 - Resultados tópico *Faixa etária* - Por recortes**



**Figura 18 - Resultados tópico *Faixa etária* - Geral**

Nos Recortes A e B não houve incidência de personagens enquadradas na categoria *Idoso*. É possível estabelecer uma relação entre esse dado e o grande número de personagens que desempenham a profissão/ocupação de modelos protagonizando as capas e contracapas dentro do Recorte A: além de magras, as modelos tendem a ser jovens. Nesse sentido, cabe ressaltar a estreita ligação entre beleza e juventude feminina.

Sendo o valor das mulheres historicamente determinado por seu potencial reprodutivo (HIRATA E KERGOAT, 2007), a mulher considerada bela e virtuosa torna-se aquela cujo corpo é reconhecido como saudável e apto para gerar novas vidas (o que exclui, por certo, as existências *trans*). O ideal da beleza feminina, portanto, está ligado ao posicionamento dentro da faixa etária denominada idade fértil – ou, de outra maneira, no desempenho na emulação de proximidade desta faixa etária. De acordo com Perrot:

a fêmea é mulher ao longo de sua vida ou, pelo menos, ao longo de toda a sua juventude; tudo a liga constantemente a seu sexo, e, para o bom cumprimento de suas funções, é-lhe necessário ter uma constituição que o propicie (...). A mulher se confunde com seu sexo e se reduz a ele, que marca sua função na família e seu lugar na sociedade. (PERROT, 2007, p. 64)

Esses elementos ajudam a compreender a invisibilidade de mulheres idosas, levando em conta que o etarismo<sup>22</sup> incidente sobre esse grupo assume formas diferentes do que ocorre em relação a homens. Enquanto para homens o envelhecimento representa agregação de valor pela maturidade e sabedoria adquirida, este mesmo processo para mulheres incorre em desvalorização ligada a uma suposta perda de beleza e vigor físico. Vivemos uma cultura alimentada pelos meios que brinda a juventude e o novo como virtudes em si mesmas, desse modo, envelhecer parece seguir a direção oposta aos “chamamentos midiáticos” e estéticos. Para a mulher, qualquer aproximação entre representação e construção de uma autoimagem positiva se mostra muito mais difícil conforme ela envelhece (MENDONÇA, SILVA, 2014, p. 123).

Ainda no tópico *Faixa Etária*, é perceptível certo discurso adultizante em torno de algumas edições que exibem personagens categorizadas como *Criança*. Citamos o exemplo da edição A343, de 20 de dezembro de 1987, cuja imagem encontra-se abaixo. Trata-se de uma menina de 11 anos, descrita como “morena charmosa”, possuidora de um “biotipo de maneca<sup>23</sup>” e de um “*layout* chocante”, que “arranca exclamações quando pisa nas passarelas da *city*”. Assim como ocorre na descrição de mulheres adultas, a fórmula discursiva empregada para apresentar crianças no caderno Thaís Bezerra acaba por focar em seus atributos estéticos. Esta observação será discutida de forma aprofundada mais à frente, quando forem apontadas as percepções sobre os perfis de representação reconhecidos na análise.

Cabe pontuar que entre o grupo categorizado como *Adulto*<sup>24</sup>, observamos que a maioria das retratadas pode ser considerada “jovem adulta”, estando abaixo dos 40 anos.

---

<sup>22</sup> De acordo com Pereira e Hanashiro (2014), o termo etarismo consiste em uma adaptação do vocábulo “ageism”, cunhado pelo gerontologista Robert Butler em 1969. A expressão refere-se a “uma forma de intolerância relacionada com a idade, com conotações semelhantes ao racismo e ao sexismo” (PEREIRA E HANASHIRO, 2014, p. 02) e pode se expressar tanto do ponto de vista pessoal quanto institucional. As autoras destacam que o etarismo raramente opera de forma isolada e que pode ser especialmente prejudicial para as mulheres visto que, no caso delas, incide em associação com as discriminações de gênero e aparência.

<sup>23</sup> De acordo com o Dicionário Aulete Digital, o termo “maneca” refere-se a um diminutivo da terminologia “manequim”. Disponível em: <<http://www.aulete.com.br/maneca>>. Acesso em: 19 out 2019.

<sup>24</sup> Ao longo do processo de categorização, foi empreendido um esforço de subdivisão da faixa etária *Adulto* de modo a especificar grupos intermediários, a exemplo dos jovens. Esse empenho, no entanto, foi limitado por uma série de aspectos, sendo o primeiro deles a ausência do registro das idades da maioria das personagens nos textos. Sem este dado, o encaixe das retratadas nas categorias etárias dependeu unicamente do olhar da pesquisadora, dando espaço a imprecisões. Essa inexactidão foi acentuada pelo fato de as imagens dos recortes A e B estarem em preto e branco, e por algumas delas apresentarem falhas gráficas decorrentes do processo de digitalização, dificultando sua visualização. Nesse contexto, reconhecemos a carência gerada pelo emprego de uma categoria bastante ampla, ao passo que destacamos que tal expediente serviu ao propósito de minimizar possíveis equívocos advindos de interpretações errôneas de critérios subjetivos. Isto posto, cabe

Este fato, em consonância à pequena incidência de capas registrando personagens identificadas na categoria *Idoso*, reforça a afirmativa de Anamaria Kovács (1979) sobre a preferência dos meios de comunicação por figuras consideradas jovens. Outro ponto de destaque é a numerosa quantidade de personagens categorizadas como *Adolescente* com a idade de 15 anos: O debute, inclusive, é a ocasião que serve de mote para a aparição das personagens nas edições.



**Figura 19 - Capa da edição de 20 e 21 de dezembro de 1987 (A343) do caderno Thaís Bezerra**

Sendo considerado um tradicional ritual de passagem para as mulheres, as festas de 15 anos guardam em sua essência a função simbólica de apresentação da debutante pela família – sobretudo o pai – à sociedade na qualidade de nova candidata apta ao matrimônio. A tradição ratifica a mudança de olhar sobre a adolescente que completa 15 anos, antes vista como menina e então alçada ao status de mulher.

Levado à capa de uma coluna social, o evento não só serve ao propósito de apresentar a “nova mulher” aos convidados presentes, como amplia seu poder de alcance para torná-la conhecida mesmo entre aqueles com os quais a família não mantém laços diretos. Nesse sentido, a coluna social funciona como vitrine e legitimadora de tradições. O perfil *Debutante* é um dos modelos de representação percebidos na análise, como será discutido à frente.

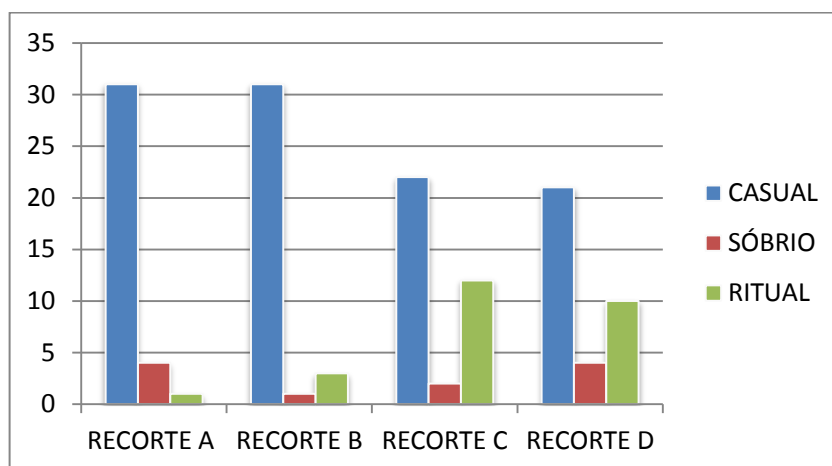
#### **e) Vestuário**

No tópico *Vestuário* foi registrada a predominância de edições enquadradas como *Casual*, ainda que esta parcela tenha sido reduzida ao longo dos anos – de 31 no Recorte A

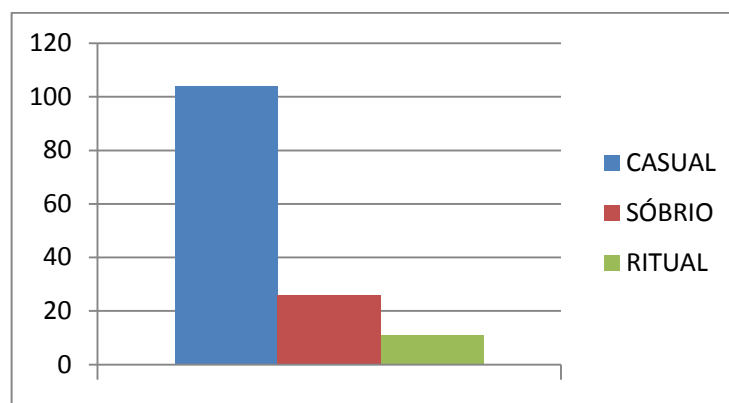
---

pontuar que, entre as 75 incidências de personagens categorizadas na faixa *Adulto*, apenas quatro edições (C494, D023, D099 e D137) ilustram personagens com idade aproximada acima dos 40 anos.

para 21 no Recorte D. Quanto às demais categorias, a somatória demonstra seu crescimento: no Recorte A, as edições classificadas como *Sóbrio* e *Ritual* somavam 05, depois 04 no Recorte B, chegando a 14 nos Recortes C e D. Os indicadores dividiram-se da seguinte forma:



**Figura 20 - Resultados tópico *Vestuário* - Por recortes**



**Figura 21 - Resultados tópico *Vestuário* - Geral**

A categoria *Casual* engloba vestes de apelo informal, enquanto a categoria *Sóbrio* configura vestes com maior grau de refinamento, utilizadas geralmente em ocasiões formais, com cortes em alfaiataria e tecidos finos ou estruturados. A categoria *Ritual* abarca vestes usadas em cerimônias tradicionais específicas, como casamentos e formaturas.



**Figura 22 - Capa da edição de 22 e 23 de agosto de 1982 (A065) do caderno Thaís Bezerra**

No Recorte A, uma só edição (A065, de 22 de agosto de 1982, vista acima) foi registrada ao mesmo tempo como *Casual* e *Ritual*: a foto de capa apresenta uma fotografia da bailarina, professora e coreógrafa baiana radicada em Sergipe Lu Spinelli, falecida em 2018, aos 64 anos. Na imagem, a personagem aparece rodeada por outros bailarinos e veste polainas, acessório comumente utilizado por profissionais da dança. Nesse sentido, embora o traje da retratada designe uma situação casual, registra-se certo caráter ritualístico – neste caso, profissional – vinculado ao uso das polainas durante ensaios e espetáculos.

Nas imagens que retratam personagens enquadradas na categoria *Ritual*, observamos a incidência de vestidos de debutante, vestidos de noiva e becas, além de jalecos e outros itens relacionados à prática profissional. Tais vestes tornam perceptível o espaço cedido pela coluna para a divulgação e confirmação de tradições.



**Figura 23 - Capa da edição de 28 a 30 de setembro de 2002 (C196) do caderno Thaís Bezerra**

**Figura 24 - Capa da edição de 14 e 15 de maio de 2016 (D385) do caderno Thaís Bezerra**

**Figura 25 - Capa da edição 14 a 17 de abril de 2017 (D433) do caderno Thaís Bezerra**

Sobre os trajes inscritos na categoria *Ritual*, faz-se necessário ponderar que, para além de uma questão que habita a esfera da estética, tratam-se de ícones comportamentais

vinculados ao consumo simbólico. Na visão de Néstor Garcia Canclini (1999), o consumo é entendido como instrumento de diferenciação que baseia-se no reconhecimento coletivo dos sentidos de cada bem. Assim, os objetos que compõem o repertório de consumo de toda a sociedade por estarem vinculados a tradições e costumes comuns estão impregnados de significados que vão além de sua função primária:

Por meio dos rituais, dizem Mary Douglas e Baron Isherwood, os grupos selecionam e fixam – graças a acordos coletivos – os significados que regulam a sua vida. Os rituais servem para "conter o curso dos significados" e tornar explícitas as definições públicas do que o consenso geral julga valioso. Os rituais eficazes são os que utilizam objetos materiais para estabelecer o sentido e as práticas que os preservam. Quanto mais custosos sejam esses bens, mais forte será o investimento afetivo e a ritualização que fixa os significados a eles associados. Por isso, eles definem muitos dos bens que são consumidos como "acessórios rituais", e vêem o consumo como um processo ritual cuja função primária consiste em "dar sentido ao fluxo rudimentar dos acontecimentos". (CANCLINI, 1999, p. 82-83)

Ainda no que concerne aos rituais e tradições, Raymond Williams (1979) ressalta que são expressões evidentes dos limites dominantes e hegemônicos. Nesse sentido, traz à tona a noção de tradição seletiva, sobre o qual afirma: “De toda uma possível área de passado e presente, numa cultura particular, certos significados e práticas são escolhidos para ênfase e certos outros significados e práticas são postos de lado, ou negligenciados” (WILLIAMS, 1979, p. 119). Em outras palavras, as tradições são marcas culturais selecionadas para serem levadas adiante, conhecidas e incorporadas pelas gerações vindouras.

Becas, vestidos de debutante e de noivas e outras vestes enquadradas na categoria *Ritual* podem ser considerados exemplos dos acessórios rituais aos quais Canclini se refere, dotados de uma simbologia compartilhada por toda a sociedade. E por essa simbologia, tais trajes configuram-se como parte da tradição seletiva referida por Williams, uma vez que sobrevivem ao passar do tempo e mantêm-se não só como itens pertencentes aos rituais, mas também como objetos de desejo e consumo.

Em seguida, detalharemos as análises decorrentes dos tópicos e categorias componentes do Bloco Maneira: *Profissão, Vínculo familiar, Ocasão, Quantidade de pessoas na foto, Interação, Colocação em cena e Caracterização*.

### **Bloco Maneira**

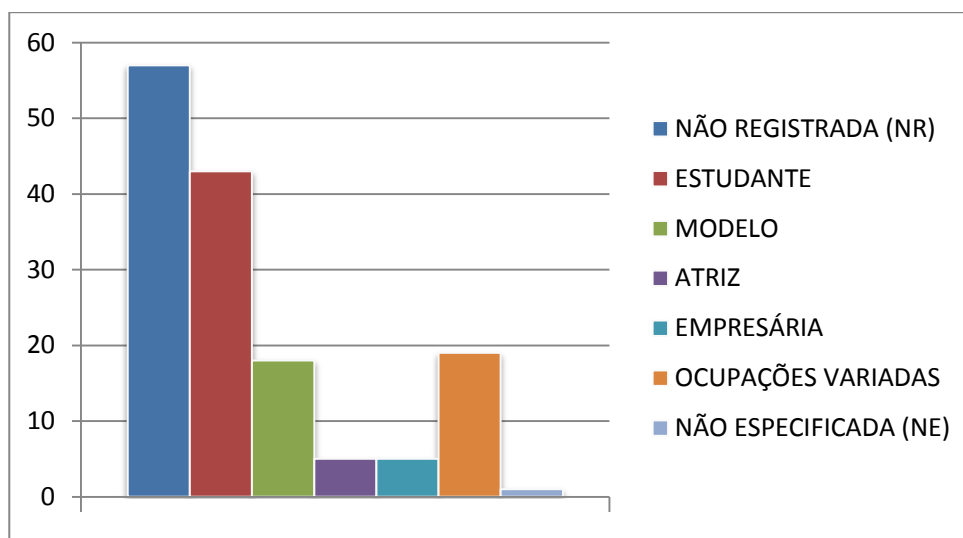
Assim como ocorreu em relação ao bloco Aparência, o bloco Maneira será aqui apresentado em uma perspectiva comparativa. Além do registro dos dados no decorrer de

cada recorte temporal, traremos uma camada interpretativa a fim de aprofundar as discussões sobre os tópicos e categorias.

Também neste bloco registramos a existência dos pares *capa-contracapa* e a possibilidade de sobreposição de categorias em torno de uma mesma edição.

#### a) *Profissão*

As profissões/ocupações mais registradas foram *Estudante* (incluindo estudantes universitárias), *Modelo*, *Atriz* e *Empresária*. No caso da profissão *Modelo*, foram utilizados diferentes nomenclaturas na publicação para designá-la, a exemplo de “modelo fotográfico”, “manequim”, “maneca” e “*top model*”. Em 57 casos não houve registro sobre a profissão/ocupação das personagens retratadas (edições categorizadas como NR). O gráfico abaixo oferece uma compreensão mais ampla dos registros neste tópico:



**Figura 26 - Resultados tópico *Profissão* - Geral**

Na edição D086, a profissão da personagem não é descrita com exatidão, sendo mencionado apenas que a retratada “trabalha com moda”. Desta maneira, a edição em questão foi enquadrada como NE. Dentro do indicador *Ocupações variadas*, registramos a aparição das designações Cantora (03 incidências), Advogada (02 incidências), Colunista (02 incidências, referindo-se à própria Thaís Bezerra), Médica (02 incidências), Socialite (02 incidências), Aposentada (01 incidência), Arquiteta (01 incidência), Artista (01 incidência), Atendente (01 incidência), Bailarina (01 incidência), Estagiária (01 incidência), Fisioterapeuta (01 incidência) e Odontóloga (01 incidência).



A quantidade de capas em que as profissões/ocupações das retratadas não são mencionadas equivale a 38% do total<sup>25</sup>. Nota-se, portanto, que a apresentação das personagens sob o ponto de vista profissional não é prioridade nas descrições das retratadas em todos os casos. Esse significativo silenciamento a respeito das funções produtivas das mulheres retratadas tem forte valor social, estando diretamente ligado à ideia da divisão sexual do trabalho:

A divisão sexual do trabalho é a forma de divisão do trabalho social decorrente das relações sociais entre os sexos; mais do que isso, é um fator prioritário para a sobrevivência da relação social entre os sexos. Essa forma é modulada histórica e socialmente. Tem como características a designação prioritária dos homens à esfera produtiva e das mulheres à esfera reprodutiva e, simultaneamente, a apropriação pelos homens das funções com maior valor social adicionado (políticos, religiosos, militares etc.) (HIRATA E KERGOAT, 2007, p. 599)

As autoras destacam que as ocupações relacionadas à esfera reprodutiva compreendem o ambiente e os serviços domésticos e que, nas sociedades mercantis, esse tipo de atividade não é reconhecido como trabalho. Essa profunda vinculação de mulheres à esfera reprodutiva e ao trabalho doméstico acaba por abranger até mesmo mulheres que exercem trabalhos profissionais, de modo que a menção às suas carreiras não costuma ser vista como impreterível.

Entre os casos em que a profissão das personagens foi registrada, chama atenção a aparição de ocupações ligadas ao campo artístico (cantora, atriz, modelo) e de profissões tradicionais que figuram entre as mais concorridas e/ou bem remuneradas no Brasil (médica, advogada, arquiteta), constituindo um recorte de classe entre aquelas que figuram nas capas da coluna social.

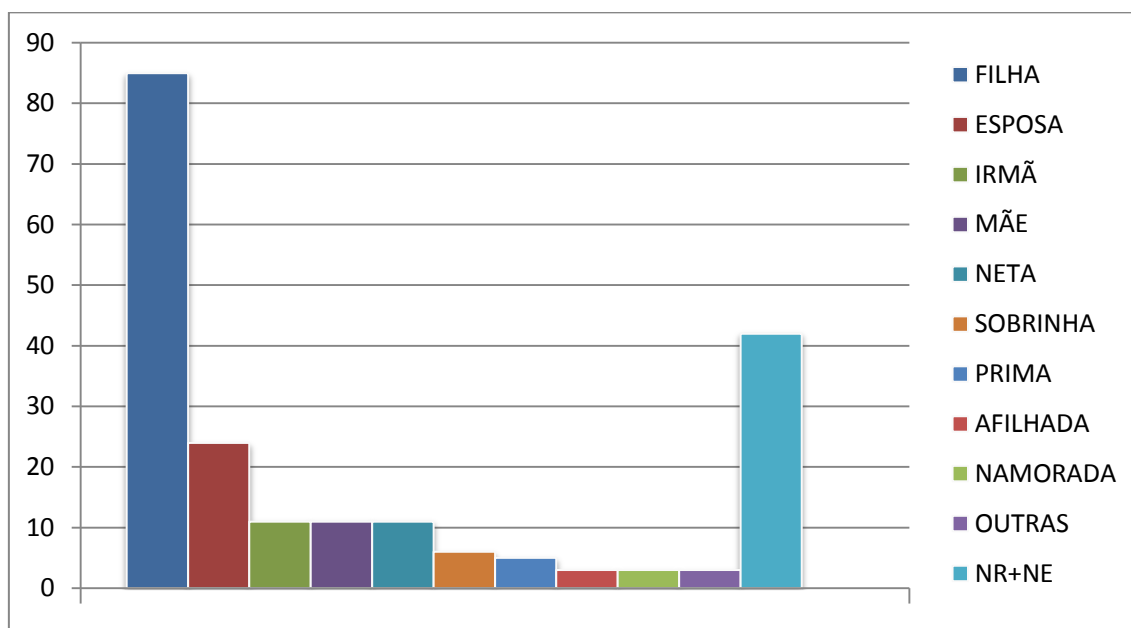
No caso do Recorte A, no tópico *Profissão*, foram registradas 12 edições em que as personagens são denominadas como modelo ou termos similares. Em 02 edições as personagens foram descritas como *socialite*. Embora este termo não designe uma profissão em específico, é possível caracterizá-lo como uma ocupação na medida em que seu status está relacionado à produção de eventos filantrópicos e à participação em atividades sociais variadas.

---

<sup>25</sup> O quantitativo de 38% é relativo ao total de 148 incidências registradas na categoria *Profissão/Ocupação*. Esse número ultrapassa os 140 do total do *corpus* pelo fato de, em algumas edições, as personagens terem mais de uma atribuição, ou mesmo porque determinadas edições apresentam mais de uma personagem retratada, cada qual com sua profissão/ocupação específica.

**b) Vínculo familiar**

Em se tratando do tópico *Vínculo familiar*, os seguintes índices foram registrados:



**Figura 27 - Resultados tópico Vínculo familiar - Geral**

Na categoria *Esposa*, destacamos as incidências do que denominamos como “esposa-noiva”, sendo estas as personagens retratadas na ocasião de seus casamentos ainda vestidas como noivas. 13 edições encaixam-se nesta denominação. Registramos ainda a incidência de uma edição em que a personagem foi denominada como “esposa-viúva”, também incluída na categoria *Esposa*.

Cabe pontuar o fato de determinadas vinculações familiares situarem as personagens em papéis de dependência em relação a figuras masculinas. Ao denominar uma mulher como esposa, noiva, namorada, viúva ou “ex-mulher”, por exemplo, subentende-se a existência de um homem que lhe antecede e define. Na análise em questão, foram contabilizadas 29 incidências em que mulheres foram descritas por meio de pelo menos uma dessas cinco denominações. Assim, a presença da mulher perde sentido em si mesma, ganhando significado apenas em associação com outra presença – esta sim, dotada de aceção própria contextualizada pelo suposto atributo da masculinidade.

Em outro sentido, faz-se notar que todas as aparições de casais romanticamente dispostos ao longo das 140 edições analisadas apresentam uniões heterossexuais, não havendo espaço para o registro de relações homossexuais. O apagamento das vivências não-normativas e não-hegemônicas no que diz respeito aos aspectos de sexualidade e afetividade traz suporte a um discurso marginalizante que tende a silenciar suas identidades

ou garantir a elas uma “visibilidade controlada” (HALL, 2003), determinando seus espaços de ocupação. Nesse ínterim, a coluna social não se apresenta como possibilidade, tendo o *corpus* como base.

No que tange ao indicador nomeado NR + NE, estão inclusos os casos em que os vínculos familiares das personagens não foram registrados (NR) e o caso de uma edição em específico na qual, embora o vínculo tenha sido mencionado, não há como identificar a natureza do relacionamento pelo fato de o texto expressar apenas o termo “casal” (NE). Dentro do indicador *Outras*, estão incluídos os vínculos *Bisneta* (01 incidência), *Ex-mulher* (01 incidência) e *Noiva* (01 incidência)

No Recorte A, uma das edições registra os vínculos *Mãe e Filha*, sendo que a mãe e a filha em questão não aparecem nas fotos de capa e contracapa, mas são citadas por gerenciarem a loja que patrocina a publicação.

Em grande parte das edições, as retratadas foram apresentadas com a menção de vários vínculos ao mesmo tempo. O fato de o número de personagens assinaladas com ao menos uma vinculação familiar ser bastante superior ao daquelas para as quais nenhuma vinculação foi registrada, além da variedade de tipos de vinculações encontrada, reforça a já mencionada afirmativa de Hirata e Kergoat sobre a designação de mulheres à esfera reprodutiva.

Os vínculos de parentesco, nessa seara, mostram-se como importantes elementos de sustentação para a aparição de mulheres na coluna social. O sobrenome, portanto, revela-se como signo de status às colunáveis pelo fato de assinalá-las como membros de famílias tradicionais e reconhecidas na alta sociedade, indicando posições de classe e status.

De acordo com Karina Cruz (2015), em se tratando das chamadas “grandes famílias”, os arranjos se constituem não somente com base em laços biológicos e relacionais, mas pela partilha de projetos comuns. A autora rastreia a genealogia daquelas que nomeia como “grandes famílias sergipanas” a fim de determinar como as uniões familiares iniciadas a partir do aspecto conjugal representam também o fortalecimento e/ou fechamento de parcerias econômicas e a coalizão entre atores políticos. Nesse cenário, Cruz destaca a trajetória das famílias Franco, Rollemberg e Déda Chagas.

Desse modo, a quantidade e variedades dos vínculos familiares que classificam mulheres no caderno Thaïs Bezerra não podem ser consideradas fortuitas. Ao significar

uma mulher a partir de uma dinâmica familiar, fica posto seu papel como elo simbólico entre grandes famílias, o que ocorre no contexto do casamento. Mais além: ao tornar-se mãe, a mulher assume o posto estratégico de garantir a continuidade das alianças ao gerar os descendentes que irão carregar os sobrenomes dessas famílias. Tudo isso ocorre, no entanto, sem que haja atribuição de status a mulheres, sendo estas relegadas à posição de peças nas engrenagens de reprodução do poder enquanto os espaços de protagonismo são reservados a homens.

### c) *Ocasão*

No tópico *Ocasão*, a predominância geral e em todos os recortes foi da categoria *Estúdio/Assinatura*, o que atesta a ênfase ao grau de produção das fotos na publicação. Os indicadores ficaram divididos da seguinte forma:

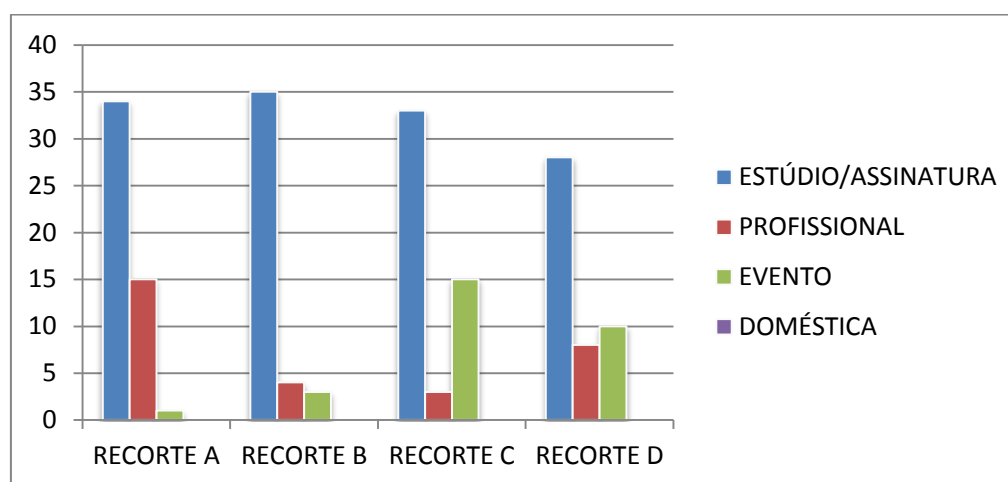


Figura 28 - Resultados tópico *Ocasão* - Por recortes

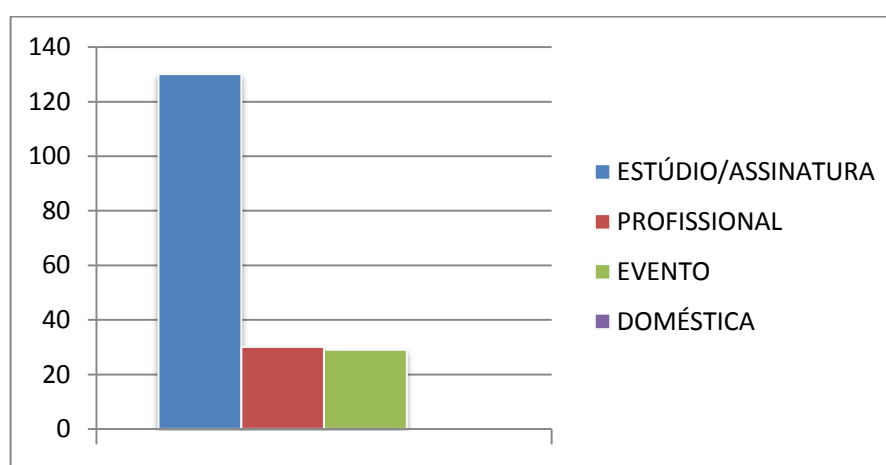


Figura 29 - Resultados tópico *Ocasão* - Geral

No tópico *Ocasão*, utilizamos as categorias *Estúdio/Assinatura* (caracterizando imagens registradas em um contexto de estúdio e/ou feitas por profissionais da fotografia);

*Evento* (caracterizando registros de ocasiões sociais, com a existência de elementos que configurem a ambiência do evento na imagem); *Profissional* (caracterizando imagens em que as personagens são retratadas em seu ambiente de trabalho, no desempenho de sua profissão e/ou em alguma situação ligada à carreira) e *Doméstica* (caracterizando imagens em que as personagens são retratadas em casa, no contexto cotidiano, incluindo sua ambiência). Não houve incidência<sup>26</sup> desta última categoria em nenhuma das 140 edições analisadas.

A ausência de imagens registradas no contexto doméstico expõe uma contradição relacionada aos vínculos familiares: se por um lado a família serve de mecanismo de validação e justificativa para a aparição de mulheres nas colunas sociais, – como deixa clara a presença de figuras femininas na qualidade de mães, esposas e filhas – por outro, não há registros do espaço doméstico. Essa situação expõe novamente a tendência de invisibilização da esfera reprodutiva e doméstica compreendida pela divisão sexual do trabalho, anteriormente discutida.

A predominância de imagens em situação de Estúdio ou assinadas por fotógrafos profissionais (categoria *Estúdio/Assinatura*), em consonância com a ausência de imagens categorizadas como *Doméstica*, torna possível inferir que, na amostra, a seleção das fotografias de capa-contracapa prioriza produções bem elaboradas e deixa pouco espaço ao rotineiro. Até mesmo no caso das imagens enquadradas como *Profissional*, a maioria é também marcada como *Estúdio/Assinatura*, denotando que o cenário e a aparência das retratadas tende a ser previamente preparado também em situações ligadas a trabalho e carreira. Em outro sentido, a incidência das edições marcadas como *Evento* revela que um dos temas que figuram na coluna social são as festas e ocasiões sociais, enfatizando quem as promoveu e quem esteve presente.

#### **d) *Quantidade de pessoas na foto e Interação***

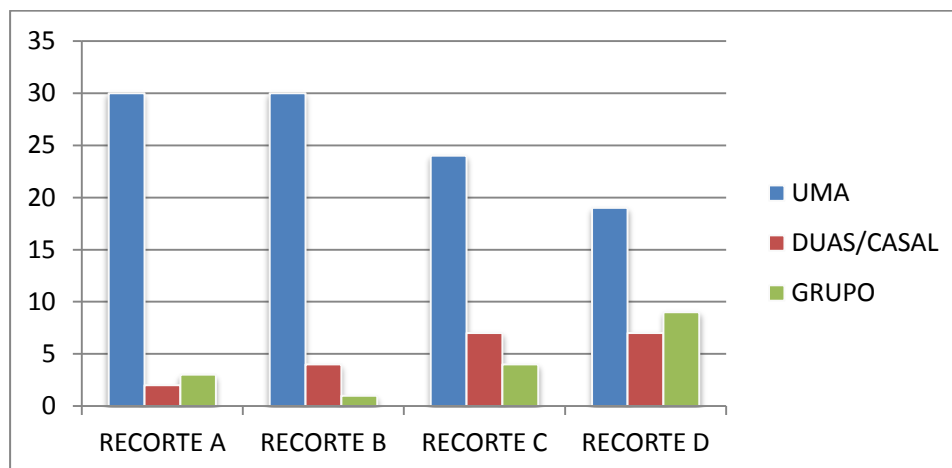
Pelo fato de os tópicos *Quantidade de pessoas na foto* e *Interação* estarem estreitamente ligados, optamos por apresentá-los nesta análise em uma só divisão. Nesse sentido, faz-se necessário destacar que a maioria das edições traz em suas capas e

---

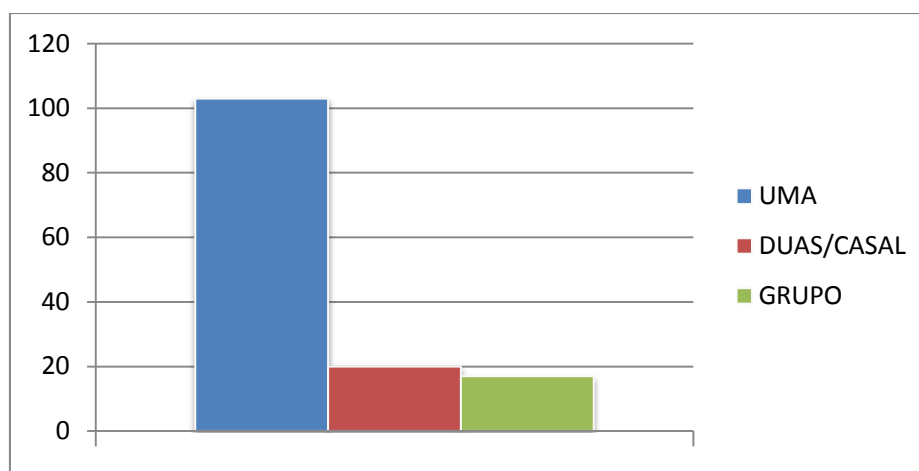
<sup>26</sup> Duas edições integrantes do Recorte B exibem situações e comportamentos que se relacionam com a categoria *Doméstica*: em uma delas, a personagem aparece acompanhada de seu cachorro; na outra, a personagem aparece sentada em uma rede de balanço. Pelo fato de o cenário das imagens não demarcar que as fotos são necessariamente ambientadas em um cenário doméstico – podendo ter sido registradas em um clube ou outro ambiente externo –, entendemos que as fotografias não ofereciam elementos que sustentassem seu enquadramento na categoria *Doméstica*.

contracapas personagens que figuram sozinhas, o que inviabiliza a possibilidade de interação em grande parte dos casos – aqui representados pela sigla NA (*Não se Aplica*).

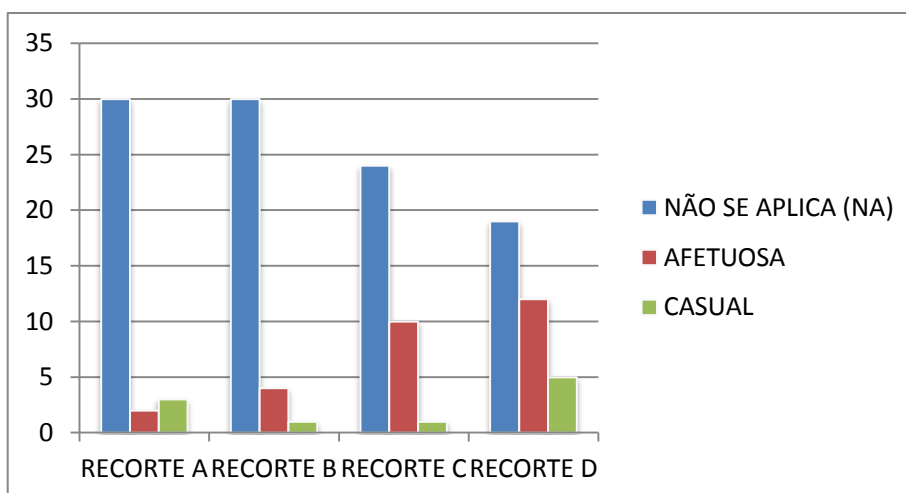
No caso do tópico *Interação*, dividimos as categorias entre *Afetuosa* (quando é perceptível algum laço de parentesco ou amizade entre os personagens fotografados) e *Casual* (quando o vínculo que justifica a interação é a própria ocasião da foto). Os gráficos abaixo apresentam um resumo dos dados coletados:



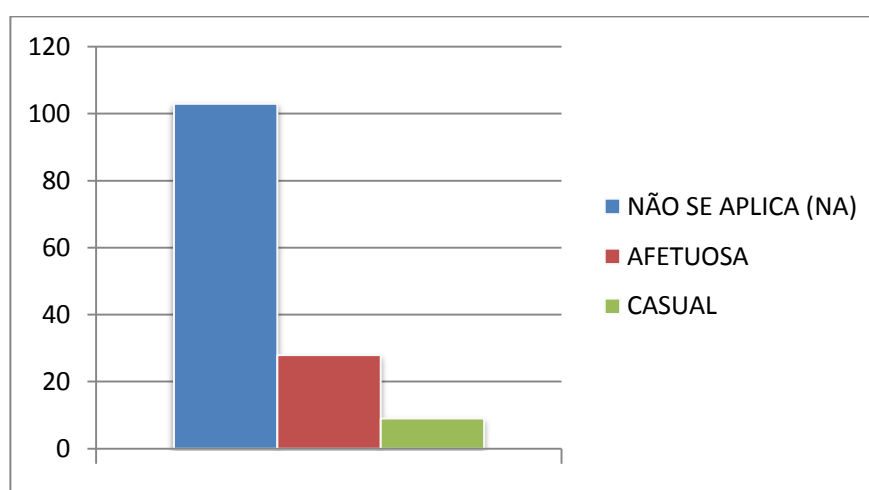
**Figura 30 - Resultados tópico *Quantidade de pessoas na foto* - Por recortes**



**Figura 31 - Resultados tópico *Quantidade de pessoas na foto* - Geral**



**Figura 32 - Resultados tópico *Interação* - Por recortes**



**Figura 33 - Resultados tópico *Interação* - Geral**

Entre as edições nas quais a *Interação* é enquadrada como *Afetuosas*, há casos em que o contato entre os personagens que figuram nas fotografias constitui uma simulação. Nesse sentido, é notável o caso da edição D241 (abaixo), que retrata um aniversário no qual a anfitriã aparece acompanhada do cantor Wesley Safadão, atração da festa. Embora a *Interação* seja enquadrada como *Afetuosas*, o vínculo entre os fotografados não pode ser considerado íntimo uma vez que, nos demais casos classificados nessa categoria, aparecem casais, familiares e amigos próximos. Há, portanto, uma relação de afetividade temporária e mesmo emulada na fotografia de capa da edição D241, em que a figura do cantor funciona como símbolo de status e assinala a distinção da personagem.



**Figura 34 - Capa da edição de 11 e 12 de agosto de 2013 (D241) do caderno Thaís Bezerra**

Comparativamente, é perceptível como o número de edições que apresentam apenas uma pessoa nas imagens de capa e contracapa diminui ao longo dos anos: no Recorte A, 30 edições exibiam apenas uma pessoa, caindo para 19 no Recorte D. Consequentemente, o número de edições que registra alguma interação entre os personagens – seja ela *Afetuosa* ou *Casual* – aumenta com o passar dos anos, saindo de 05 no Recorte A para 17 no Recorte D.

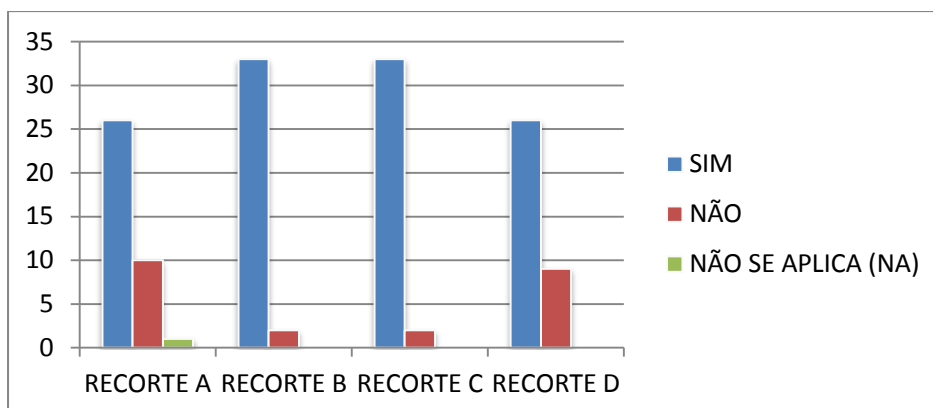
O fato de poucas edições integrantes do Recorte A registrarem vinculações familiares – são 26 edições classificadas como NR no tópico *Vínculo familiar* – e de a maioria das capas e contracapas exibir uma só pessoa em cena, trazendo pouco espaço para interações, demonstra como o foco discursivo desse recorte está muito mais direcionado ao campo estético do que ao campo interpessoal. Tal noção se acentua pela característica profissional das fotos, em sua maioria assinadas por fotógrafos de carreira e em grande parte em situação de estúdio, exibindo modelos experientes em ensaios fotográficos e passarelas. Nos recortes seguintes, o número de vínculos aumenta tanto em quantidade como em variedade, o que demonstra que, ao longo dos anos, o campo interpessoal passa a ter um foco maior na publicação.

**e) *Colocação em cena: Olha para a câmera?, Sorri? e Postura***

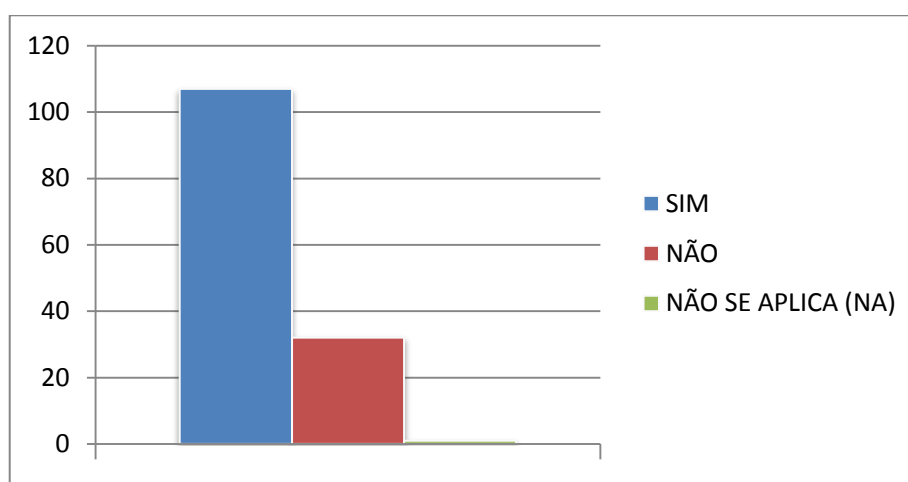
Assim como optamos por apresentar os tópicos *Quantidade de pessoas na foto* e *Interação* em um só item, aqui também escolhemos reunir os tópicos *Olha para a câmera?*, *Sorri?* e *Postura* pelo fato de os três se referirem ao posicionamento corporal dos personagens nas imagens. De acordo com Le Breton, o corpo representa o “cruzamento de todas as instâncias da cultura, o ponto de atribuição por excelência do campo simbólico” (LE BRETON, 2010, p. 31) e a forma como ele se organiza no espaço é capaz de revelar as



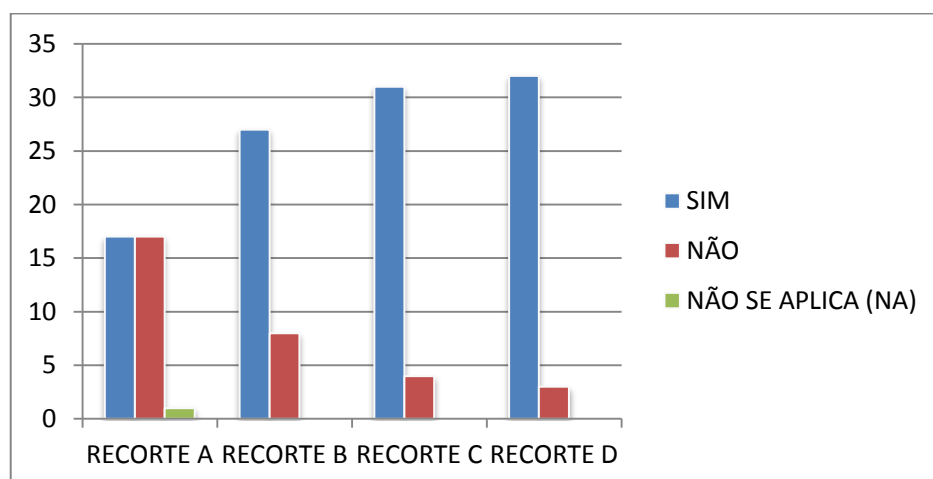
mais diversas posições sociais assumidas pelo sujeito. Os resultados levantados nos tópicos mencionados aparecem nos gráficos abaixo:



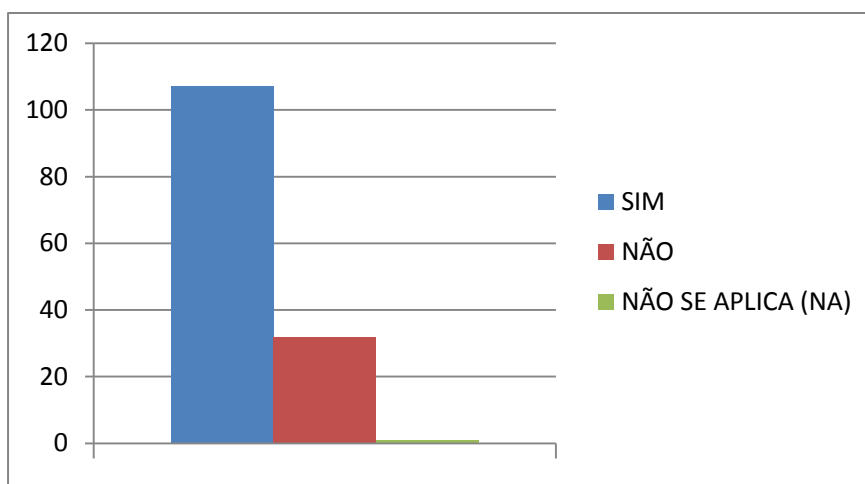
**Figura 35 - Resultados tópico *Olha para a câmera?* - Por recortes**



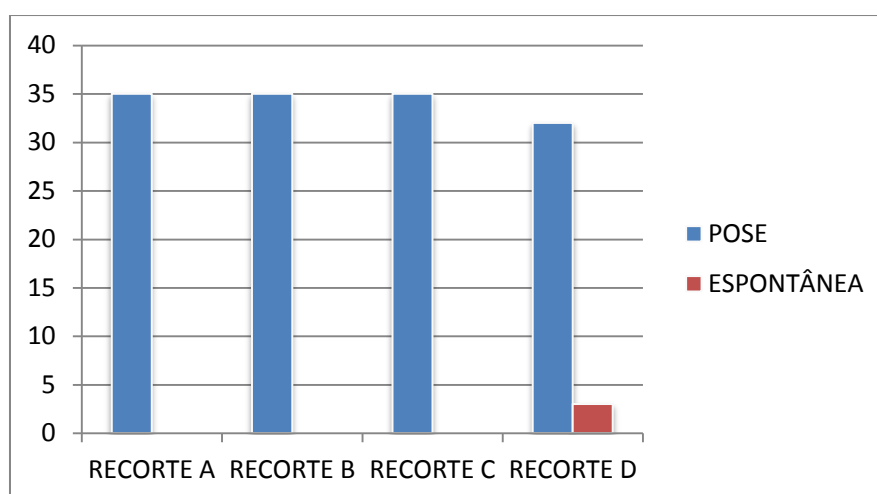
**Figura 36 - Resultados tópico *Olha para a câmera?* - Geral**



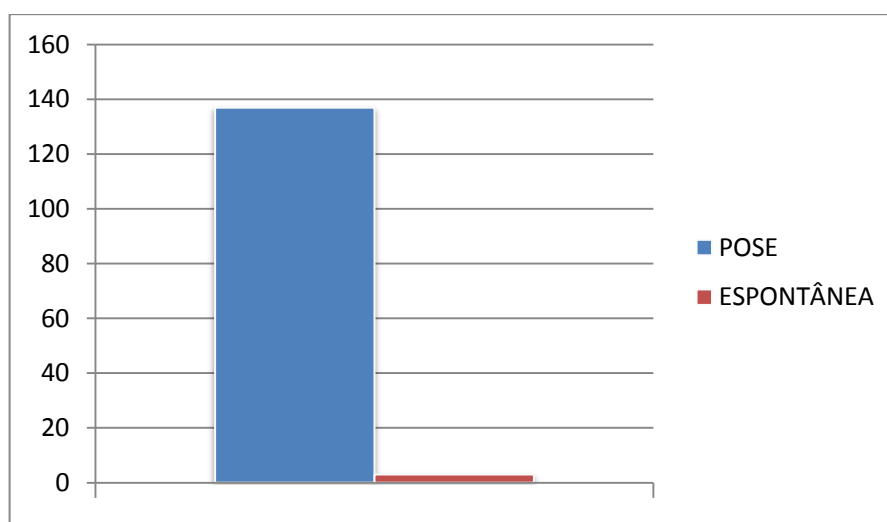
**Figura 37 - Resultados tópico *Sorri?* - Por recortes**



**Figura 38 - Resultados tópico *Sorri?* - Geral**



**Figura 39 - Resultados tópico *Postura* - Por recortes**



**Figura 40 - Resultados tópico *Postura* - Geral**

No tópico *Olha para a câmera?*, 02 edições integrantes do Recorte A foram enquadradas ao mesmo tempo como *Sim* e *Não*, pelo fato de trazerem simultaneamente nas fotos de capa personagens que olham para a câmera e outros que não olham. No mesmo

recorte, 01 edição foi assinalada como NA, pelo fato de a imagem não mostrar a personagem do pescoço para cima.

De modo geral, em relação à colocação em cena, portanto, a predominância na amostra é de personagens que olham para a câmera, sorriem e posam para a foto. Este fato em conjunto com a observação de que a maioria das imagens no tópico *Ocasão* se enquadra na categoria *Estúdio/Assinatura* torna perceptível que as fotografias que figuram nas capas e contracapas da coluna social em poucos momentos evocam o elemento do orgânico, natural, irrefletido. São, em sua maioria, imagens pré concebidas e montadas para o “clique”.

Até mesmo nos casos em que a *Postura* é registrada como *Espontânea*, as imagens demonstram algum elemento de produção: é o caso da edição de 12 a 14 de maio de 2018 (D489) mostrada abaixo, que exhibe uma interação entre uma mulher e sua filha recém-nascida. Embora os gestos demonstrem a espontaneidade da imagem, a foto é assinada por um fotógrafo profissional e mostra traços de edição – a exemplo das cores esmaecidas e do desfoque nas extremidades, que remetem a um ar onírico. Vale destacar que a edição em questão é pautada no mote de comemoração ao Dia das Mães, o que revela uma tendência discursiva de romantização da maternidade, demonstrada pela manipulação da imagem: ser mãe seria uma experiência “dos sonhos”.



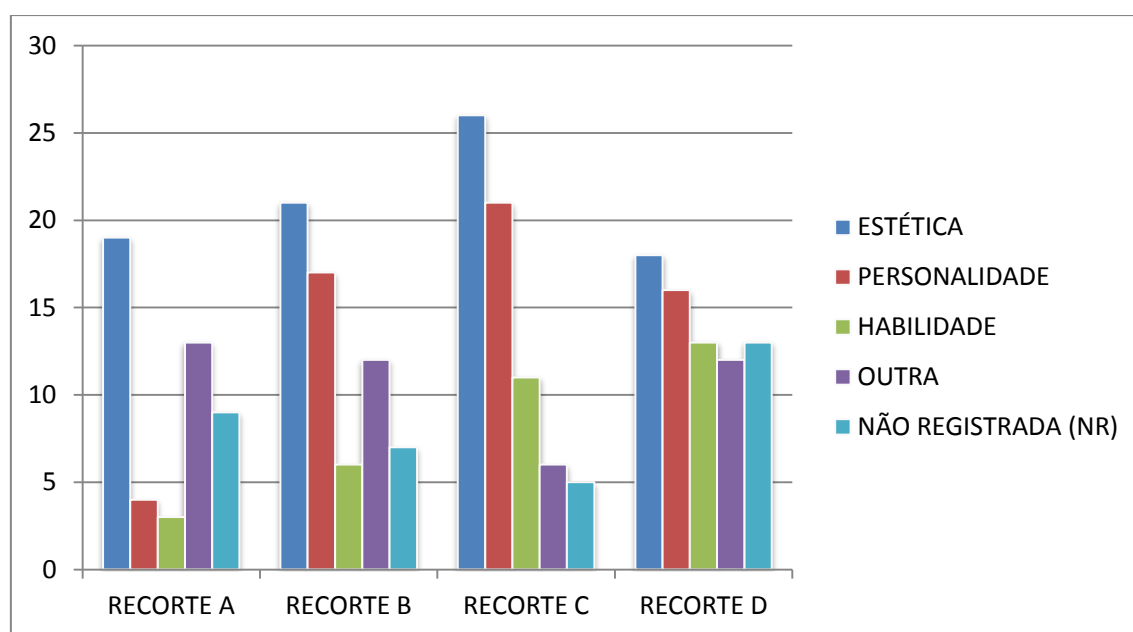
**Figura 41 - Capa da edição de 12 a 14 de maio de 2018 (D489) do caderno Thaís Bezerra**

No tópico, a discussão sobre a construção das tendências discursivas no caderno Thaís Bezerra ganha corpo a partir da análise da caracterização das personagens de acordo com os adjetivos utilizados para descrevê-las nos textos de capa e contracapa.

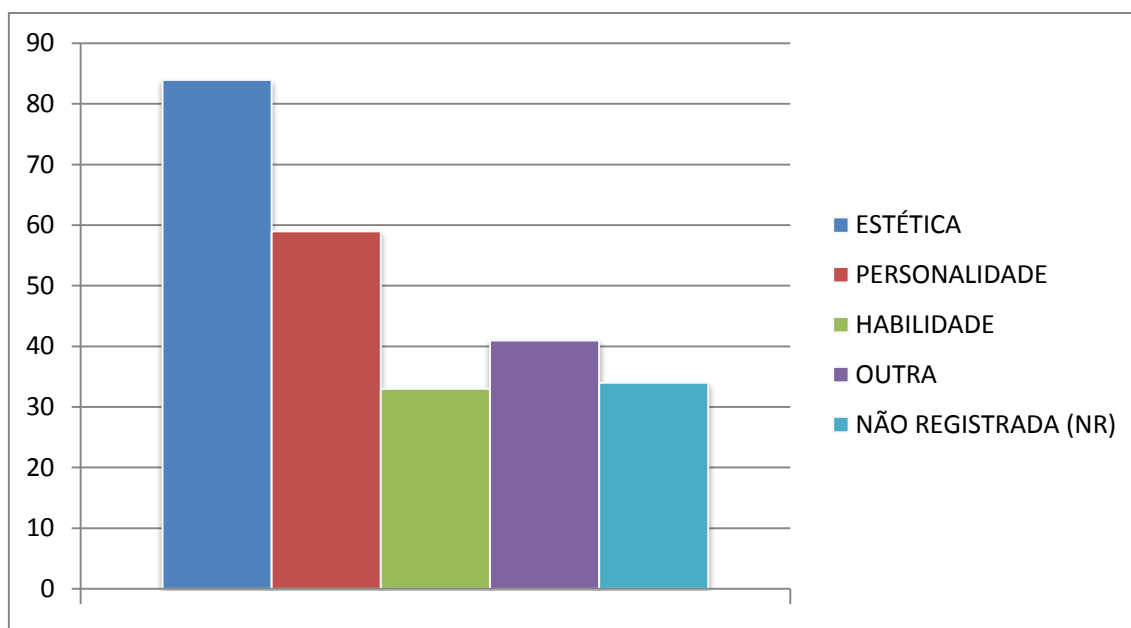
### f) *Caracterização*

No tópico *Caracterização*, dividimos os adjetivos utilizados para descrever e apresentar as imagens de capa-contracapa em quatro categorias. Na categoria *Estética*, enquadrámos os casos em que as personagens foram caracterizadas conforme seus atributos físicos. Na categoria *Personalidade*, enquadrámos casos em que os adjetivos utilizados dizem respeito às características psicológicas e emocionais das personagens. Na categoria *Habilidade*, enquadrámos casos cujos adjetivos referem-se à capacidade e ao desempenho das personagens, sobretudo em relação aos seus contextos profissionais. Utilizamos, ainda, a categoria *Outra* para registrar adjetivos que cumpram outras funções.

Na maioria dos casos, os adjetivos utilizados enquadraram-se em duas ou mais categorias, havendo edições em que uma mesma descrição incluiu adjetivos enquadrados nas quatro categorias. Os gráficos a seguir sintetizam os dados coletados:



**Figura 42 - Resultados tópico *Caracterização* - Por recortes**



**Figura 43 - Resultados tópico Caracterização - Geral**

As edições enquadradas como NR são aquelas em que os adjetivos utilizados no texto não são diretamente relacionados às fotografadas. Merece destaque o fato de que mesmo que algumas edições não exibam adjetivos que descrevam as personagens, as denominações aparecem por meio de outros elementos textuais, como metáforas e construções frasais focadas em substantivos.

No quantitativo geral, foram registradas 378 incidências de adjetivos, sendo 156 diferentes termos (Tipos) utilizados no total – incidências descontadas as repetições. Na separação por categorias, os adjetivos foram distribuídos da seguinte forma: 36 tipos e 131 incidências na categoria *Estética*; 55 tipos e 134 incidências na categoria *Personalidade*; 18 tipos e 45 incidências na categoria *Habilidade*; 47 tipos e 68 incidências na categoria *Outra*. Na tabela a seguir, apresentamos os números relacionados a cada recorte:

Recorte	Estética		Personalidade		Habilidade		Outra	
	Tipos	Incidências	Tipos	Incidências	Tipos	Incidências	Tipos	Incidências
A	11	27	07	07	03	03	18	21
B	15	28	23	35	04	11	15	19
C	09	33	27	55	06	13	05	05
D	18	43	27	37	11	18	20	23

**Tabela 2 - Número de adjetivos por categoria separados por recorte**

Acerca dos adjetivos mais utilizados, chegamos a oito termos com 10 ou mais incidências, sendo eles: *Bonita* (30 incidências, categoria *Estética*); *Linda* (23 incidências, categoria *Estética*); *Feliz* (14 incidências, categoria *Personalidade*); *Bela* (13 incidências,

categoria *Estética*); *Charmosa* (13 incidências, categoria *Estética*); *Morena* (12 incidências; categoria *Estética*) e *Meiga* (10 incidências, categoria *Personalidade*).

Os números demonstram que o ponto de vista estético é predominante na construção da representação de mulheres no caderno Thaís Bezerra durante todo o período em análise. Ainda que, ao mencionar a personalidade das retratadas, a publicação lance mão de uma grande variedade de adjetivos, os termos ligados à aparência física das personagens são os mais utilizados e repetidos. A estética prevalece, inclusive, no próprio posicionamento dos termos ao longo do texto: em grande parte das edições, a primeira referência às personagens é feita através de um adjetivo de ordem estética.

Como apontam Martín, Arjonilla e Sedeño (2017), a predominância do elemento estético na apresentação de mulheres está ligada à noção de controle dos corpos femininos. A valorização de determinadas características de ordem estética serviria ao propósito de canalizar as energias de mulheres na busca da plena adequação aos moldes hegemônicos de beleza e feminilidade:

Las ideas estéticas sobre el cuerpo, vienen marcadas por las expectativas sociales, históricas y culturales de lo que los cuerpos deben ser. Así, se requiere que los cuerpos cumplan las expectativas culturales de lo masculino y lo femenino (de la cultura occidental), de lo blanco, de la heterosexualidad normativa y que sus marcas corporales se inscriban dentro de estas mismas expectativas. (MARTÍN, ARJONILLA E SEDEÑO, 2017, p. 09)

Dulcília Buitoni (1981) identifica que, na construção desses moldes de feminilidade, uma das estratégias utilizadas pelos produtos comunicacionais é a valorização conjunta de qualidades de ordem estética e comportamental que situam mulheres em uma esfera que beira o sobrenatural. Esse modelo de representação é característico do início do século XX e perpetua-se nos dias de hoje, denominado pela autora como “mulher-oásis” em referência ao consolo representado por esse perfil feminino em meio à aridez. A mulher-oásis é apresentada por meio de metáforas que a descrevem como um ser quase mítico, sempre delicado, belo e suave, com características oníricas.

Tais descrições colaboraram – e ainda colaboram – para a construção de uma visão que não privilegia os trabalhos fora do espaço doméstico, visto que, por sua suposta constituição frágil, os trabalhos profissionais acabariam por levar-lhe à exaustão (CARNEIRO, BORGES, BORGES, 2017) no plano do ideal, ainda que de fato a ocupação do mercado de trabalho por mulheres – de forma desigual em relação aos homens – sirva ao capitalismo. Esta visão pode ser ilustrada pelo fato de que, no *corpus*, as habilidades

profissionais das representadas também aparecem em segundo plano, não sendo consideradas fundamentais para o entendimento a respeito da persona das mulheres retratadas.

Adiante, discutiremos a identificação de modelos e perfis de representação com base nos dados analisados. Além das semelhanças entre os indicadores dentro de cada categoria, consideramos também os temas abordados nas capas e contracapas e a construção dos argumentos apresentados.

### **Percepção de Modelos**

A sistematização e a interpretação dos dados coletados, a partir dos tópicos e categorias, levaram ao estabelecimento de correlações e à identificação de certos padrões que se repetem ao longo dos períodos em análise. Nesse sentido, registramos a presença de cinco modelos de representação, entre os quais dois estão presentes em mais de um recorte temporal.

É cabível notar que, dentro de um modelo de representação, nem todas as edições que o compõem apresentarão a totalidade das características correspondentes àquele modelo. É possível, ainda, que dois ou mais modelos de representação compartilhem determinadas características. Nesse sentido, os modelos de representação não são considerados neste trabalho formatações engessadas, mas um conjunto fluido de características capaz de expressar determinadas tendências discursivas.

Ainda no que concerne à configuração dos modelos de representação, é perceptível que um mesmo perfil pode apresentar diferenças conforme o recorte temporal considerado, agregando ou rejeitando certos elementos. As imagens das capas correspondentes a cada modelo encontram-se nos apêndices deste trabalho (Apêndice 3, página 222).

#### **a) Moda e Publicidade**

O modelo *Moda e Publicidade* foi identificado dentro do Recorte A, correspondendo, portanto, às edições publicadas no período de 1981 a 1988. No Recorte A, a moda funciona como um fio condutor entre os assuntos abordados nas edições do caderno, materializando-se na maioria das capas e contracapas. O tema se expressa a partir de constantes menções a concursos de beleza e suas participantes, da predominância de modelos profissionais entre as personagens retratadas e do destaque oferecido a lojas de roupas e acessórios.

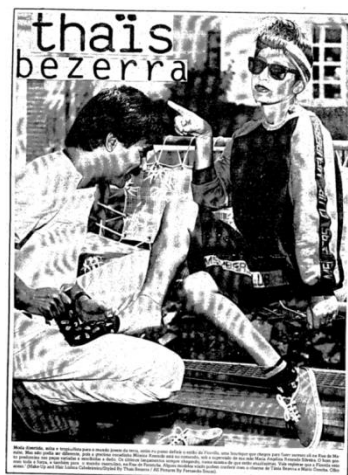
Sobre as expressas citações a lojas, tais empresas colaboram na produção dos ensaios fotográficos para a capa-contracapa do caderno, disponibilizando peças de seu estoque para a composição do vestuário das modelos em troca de divulgação. Dessa maneira, trazer a moda como centro do discurso das capas e contracapas revela, para além de um posicionamento temático, uma estratégia comercial de manutenção da publicação.

Das 35 edições que integram o Recorte A, 10 mencionam diretamente o nome de alguma loja em sua capa e/ou contracapa. Outras 06 edições citam e destacam eventos de moda e beleza e/ou retratam modelos profissionais nas imagens. Este perfil de representação, portanto, é composto por 16 edições (A033, A046, A094, A123, A127, A131, A168, A178, A215, A238, A248, A267, A274, A286, A300, A386) entre as quais o principal ponto de conformidade é o argumento centrado em personagens e eventos de moda. Nesse sentido, fica evidente o fato de que, até aquele momento, o caderno ainda não havia se consolidado na cidade, funcionando até então como vitrine social.

Entre as categorias de análise, há absoluta correspondência no tópico *Corpo* (todas assinaladas como *Não Gordo*), *Faixa etária* (todas assinaladas como *Adulto*) e *Postura* (todas assinaladas como *Pose*). Todas as 16 edições são assinaladas como *Estúdio/Assinatura* na categoria *Ocasão*, sendo que, destas, 13 são também inscritas como *Profissional*.

O modelo de representação é marcado ainda pela predominância de imagens que retratam apenas uma pessoa (categoria *Quantidade de pessoas na foto*), somando 13 edições no total. Na categoria *Profissão*, chama a atenção o grande número de personagens identificadas como *modelo* (ou termos equivalentes): é o caso de 12 edições. Vale notar ainda a categoria *Vínculo Familiar*, na qual 15 das 16 edições foram assinaladas como NR. Na única edição em que foram registradas vinculações familiares (*Mãe e Filha*, na edição A215, que aparece abaixo), estas diziam respeito às proprietárias da loja que patrocinava a publicação – e não às pessoas retratadas nas fotografias. Dessa forma, os personagens na imagem cumprem uma função meramente plástica, assumindo uma posição secundária em relação ao real assunto do qual a capa e a contracapa tratam: a loja e suas responsáveis.





**Figura 44 - Capa da edição de 07 a 09 de julho de 1985 (A215) do caderno Thaïs Bezerra**

Nesse mesmo sentido, chama a atenção o fato de que, na categoria *Caracterização*, predominem qualificações de ordem *Estética* (10 edições) ou ausência de caracterização (04 edições marcadas como NR).

A opção de denominar as mulheres fotografadas sobretudo de acordo com seus atributos físicos cria uma imagem superficial em torno de tais personagens. Da mesma forma, deixar de mencionar informações capazes de oferecer alguma perspectiva histórica sobre as personagens retratadas – a exemplo de seus vínculos familiares – colabora para a constituição de uma imagem rasa e pouco elaborada.

Entre as 16 edições que compõem o modelo de representação, 05 assentam seu discurso em uma lógica publicitária de forma especial e expõem certo enviesamento na relação entre imagem e texto. Nelas, os textos não descrevem ou apresentam diretamente as personagens retratadas nas fotografias, e sim constroem um argumento voltado à divulgação comercial. Embora as personagens cheguem a ter seus nomes citados, o centro do discurso imagético nessas edições não são as pessoas retratadas em si, mas o que elas vestem. As personagens, dessa maneira, desempenham uma função acessória e ilustrativa diante do assunto tratado nos textos, atuando como expositores de produtos. Essa dinâmica constitui um esvaziamento de sentido em se tratando das personagens retratadas – o que não ocorre em outros modelos de representação, nos quais as mulheres que figuram nas imagens se revelam como o assunto principal das capas e contracapas.

#### **b) Nova Geração**

Entre todos os recortes temporais estudados neste trabalho, o Recorte B (1989 até 1998) é aquele que apresenta em suas capas e contracapas o maior número de personagens

identificadas como crianças<sup>27</sup>, sendo 07 no total. É notável, entretanto, certa tendência adultizante na apresentação dessas personagens através dos textos e fotografias, que se expressa sobretudo no olhar voltado ao seu aspecto físico. Nesse sentido, registramos a existência do modelo de representação denominado *Nova Geração* – expressão frequentemente utilizada no caderno para designar crianças e adolescentes. Esse modelo foi reconhecido especificamente no Recorte B, embora algumas edições pontuais de outros recortes reúnam características semelhantes.

O modelo *Nova Geração* compreende as edições B109 (02 a 04 de fevereiro de 1991), B159 (18 a 20 de janeiro de 1992), B319 (11 a 13 de fevereiro de 1995) e B356 (28 a 30 de outubro de 1995), apresentando personagens de idades entre 09 e 11 anos. Além da *Faixa Etária*, outras categorias indicam correspondências entre as edições: *Corpo* (todas classificadas como *Não Gordo*), *Vestuário* (todas classificadas como *Casual*), *Vínculo Familiar* (todas classificadas como *Filha*, sendo uma denominada também como *Neta*), *Ocasão* (todas classificadas como *Estúdio/Assinatura*), *Quantidade de pessoas na foto* (em todas aparece apenas uma pessoa), *Olha para câmera?* (todas classificadas como *Sim*) e *Postura* (todas classificadas como *Pose*).

Para além dessas aproximações, outros elementos podem ser identificados como pontos de confluência nas edições, sendo alguns deles os indicadores da tendência adultizante que caracteriza o modelo. Todas as edições mencionam a profissão que as personagens desejam seguir no futuro (jornalista, médica pediatra, administradora e modelo), seus *hobbies* (“gosta de ler e cantar”, “pratica jazz desde miúda”; “gosta de dançar, pratica vôlei e estuda inglês”; “faz sapateado e estuda inglês”, “adora viajar, ouvir música, paquerar e dormir”, “seu hobby é o sapateado”; “adora dançar”, “faz inglês”), os cantores de suas preferências (Cazuza, Marisa Monte; Lulu Santos, Rita Lee; Daniela Mercury; Chiclete com Banana) e seus signos astrológicos (Capricórnio, Áries, Touro, Virgem).

Outras questões usuais dizem respeito ao sonho das personagens, pontuadas em 03 das 04 edições, e ao que odeiam/detestam, também presente em 03 entre 04 edições. Neste último quesito, as respostas citam sentimentos como “inveja”, “mentira”, “ciúme” e “falsidade”. A menção a esses sentimentos indica uma tendência de reprodução e suporte

---

<sup>27</sup> Neste trabalho, a denominação *Criança* considera o estabelecido pelo Estatuto da Criança e do Adolescente em seu Artigo 2º: “Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade” (BRASIL, 1990)

ao discurso da rivalidade feminina, reforçando desde já entre as futuras mulheres um imaginário de desconfiança acerca de seus pares. Nesse sentido, pontua bell hooks:

Sabíamos, por experiência própria, que, como mulheres, fomos socializadas pelo pensamento patriarcal para enxergar a nós mesmas como pessoas inferiores aos homens, par nos ver, sempre e somente, competindo umas com as outras pela aprovação patriarcal, para olhar umas às outras com inveja, medo e ódio. O pensamento sexista nos fez julgar sem compaixão e punir duramente umas às outras. O pensamento feminista nos ajudou a desaprender o auto-ódio feminino. Ele nos permitiu que nos libertássemos do controle do pensamento patriarcal sobre nossa consciência. (HOOKS, 2018, p. 29).

Como aponta a autora, a rivalidade feminina é um mito que, como princípio e prática naturalizados, serve ao propósito de manter e fomentar a hierarquia de gênero que se inscreve como pensamento hegemônico. Nesse sentido, o conceito de sororidade emerge como base de contestação ao *status quo*, sendo definida como solidariedade, aliança e empatia políticas entre as mulheres (HOOKS, 2000).

É na descrição dos atributos físicos das personagens, no entanto, que o olhar adultizante em torno das personagens torna-se mais perceptível. Ao descrever o aspecto das personagens, a publicação enfatiza determinados tipos físicos: “gata morena”, “loirinha de olhos azuis” e “tipo esguio estilo manequim” são algumas das construções textuais utilizadas para denominar as personagens. Os textos promovem, ainda, ênfase ao culto ao corpo – conforme abordado adiante na análise do modelo “Talento e Beleza” – ao inserir trechos como “pratica *jazz* desde miúda para manter a bonita forma e a leveza do corpo” e “não perde a malhação para ficar em forma”. Outro elemento que atesta a tendência à adultização é a menção ao ato de “paquerar”, incidente na edição B319, que aparece a seguir.



**Figura 45 - Capa da edição de 11 a 13 de fevereiro de 1995 (B319) do caderno Thaís Bezerra**

O processo de adultização de corpos femininos infantis relaciona-se com a noção de valorização de mulheres de acordo com sua capacidade reprodutiva, conforme já apontado. Adultizar meninas significa antecipar sua entrada na idade fértil, controlar sua sexualidade e submetê-las a um processo de docilização. Nesse sentido, Judith Butler busca respaldo em Michel Foucault ao afirmar que o controle implica em uma lógica de produção:

o "sexo" não apenas funciona como uma norma, mas é parte de uma prática regulatória que produz os corpos que governa, isto é, toda força regulatória manifesta-se como uma espécie de poder produtivo, o poder de produzir – demarcar, fazer, circular, diferenciar – os corpos que ela controla (BUTLER, 2003, p. 151)

Nesse viés, ao trazer um olhar adultizante em torno da imagem de crianças, o caderno Thaís Bezerra acaba por operacionalizar o discurso de controle e a produção dos corpos de mulheres ou futuras mulheres.

### c) **Talento e Beleza**

A identificação do modelo *Talento e Beleza* se baseia na leitura dos dados integrantes do Recorte D (2009 a 2018). O modelo é representado por quatro edições no total, sendo elas: D086, D149, D331 e D357. Nesse modelo não há uma ocasião ou tema específicos que o caracterizem. O termo que o nomeia, inclusive, foi extraído do subtítulo de uma das capas a fim de sintetizar a essência do perfil. O principal ponto de conformidade entre as edições está relacionado à colocação em cena das retratadas e à forma como o argumento dos textos que acompanham as imagens é construído.

Há equivalência completa dos enquadramentos nas categorias *Corpo (Não Gordo)*, *Faixa etária (Adulto)*, *Vestuário (Casual)*, *Colocação em cena - Sorri? (Sim)* e *Colocação em cena - Postura (Pose)*. Predominam *Tom de Pele Médio* (03 incidências), *Cabelo Liso* (03 incidências), *Vínculo familiar* identificado como *Filha* (03 incidências), *Ocasião* identificada como *Estúdio/Assinatura* (04 incidências, sendo que em uma delas a imagem é também enquadrada como *Profissional*) e *Colocação em cena - Olha para a câmera?* identificada como *Sim* (03 incidências). No tópico *Caracterização*, todas as imagens foram enquadradas nas categorias *Estética*, *Personalidade* e *Habilidade*, mas apenas três delas são também enquadradas na categoria *Outra*.

Além dos pontos comuns relacionados acima, outras semelhanças entre as edições podem ser apontadas: I. Referência à carreira das personagens que não só aponta a profissão como aborda suas aspirações; II. Menção aos *hobbies* das personagens; III. Caracterização abrangente, que recorre a adjetivos classificados em diversas categorias; IV.

Aspecto corporal que evoca teor sensual para a imagem – entendendo sensual como uma “convenção cultural de tom sexual que muda no decorrer do tempo, aparecendo na forma visual, gestual, verbal e sobretudo na postura corporal de um indivíduo perante o olhar do outro” e “jogo de imagens marcado pelo contraste de mostrar e esconder o corpo ao mesmo tempo” (BUENO, 2011, p. 1125).

No quadro seguinte, resumimos os pontos existentes em cada uma das edições integrantes do modelo que respondem às questões indicadas no parágrafo anterior:

ID	CARREIRA	HOBBIES	CARACTERIZAÇÃO	TEOR SENSUAL
D086	“bacharel em Direito”, “estudando firme para o concurso de delegada, o seu grande sonho”, “Trabalha com moda há quatro anos”	“Sua principal atividade física é o Muay Thai”, “Adora viajar, malhação, praia, cinema”	Morena, charmosa, sarada, vitaminada, determinada, trabalhadora, bonita, produzida, sensível, feminina, cheia (de astral), extremada, generosa, amiga	“Jogo de imagens” criado pelos trajes que cobrem a porção superior do tronco e deixam parte da barriga exposta
D149	“Faz Direito na UNIT”, “está estagiando no escritório Saback e Soares Advocacia”, “pretende fazer concurso para ser delegada”	“Ama dançar e dança muito bem”	Charmosa, sorridente, inteligente, maravilhosa, amiga	“Jogo de imagens” criado pelos trajes que cobrem a porção inferior do tronco e deixam colo, ombros e braços expostos
D331	“decidiu recentemente, em 2014, ingressar profissionalmente no mundo musical e realizar seu grande sonho: viver da arte que tanto ama”, “atualmente está fazendo apresentações no Restaurante Muratto todos os domingo”, “está trabalhando em um projeto com canções autorais”, “aspirante a jornalista e ex-miss-Sergipe”	“começou a se interessar pela música aos quatro anos de idade”	Bela, nascida (em Aracaju), influenciada, talentosa, bonita, cheia (de energia), casada, aspirante (a jornalista)	Gestual composto por uma das sobrelhas levantadas, boca entreaberta e dedo anelar pressionando o lábio inferior
D357	“arquitetura”, “o Triade, escritório de arquitetura que compartilha com Rayane de Oliveira e Felipe”, “inspiração para seus projetos arquitetônicos”	“dança, sua grande paixão”, “adora ir à praia, bater papo com os amigos e curtir a natureza”	Feliz, bela, talentosa, criada (na Atalaia)	“Jogo de imagens” criado pelos trajes que cobrem a porção superior do tronco e deixam parte da barriga e pernas exposta

**Tabela 3 - Descrição das edições componentes do modelo *Talento e beleza***

A comparação entre os textos evidencia certa tendência ao amadrinhamento das personagens por parte da editora do caderno, que sela sua aprovação às retratadas por meio de seu tom elogioso e de um maior nível de detalhamento nas apresentações. Ao legitimar as personagens como dignas do status de colunáveis, Thaís Bezerra acaba por recomendar não só as mulheres em cena como também suas próprias características, criando um quadro de referência de virtudes para os leitores.

Ainda acerca das recomendações da colunista, cabe pontuar o destaque dado no caderno aos empreendimentos comerciais. É prática comum nas redações jornalísticas a referência genérica a empresas fora do contexto de conteúdos patrocinados, omitindo-se seu nome no corpo do texto. Na coluna, entretanto, os nomes dos empreendimentos são mencionados – UNIT, Saback e Soares Advocacia, Restaurante Muratto, Tríade – de forma que tais marcas atrelam-se à própria marca TB e estabelece-se uma relação de parceria com potencial comercial.

#### **d) Noivas**

Embora todos os recortes, com exceção do A, reúnam edições cujas capas e contracapas apresentam cerimônias de casamento, o modelo de representação *Noivas* foi identificado nos Recortes C e D<sup>28</sup>. No Recorte C, 06 edições integram o modelo (C141, C177, C186, C196, C307, C512), enquanto no Recorte D são 05 edições (D258, D289, D397, D424, D459). O principal ponto de conformidade entre as edições é a questão familiar que tematiza as capas: todas celebram a união entre a mulher representada e seu respectivo companheiro, que em quase todos os casos aparece ao seu lado na imagem. Cabe pontuar que, em todos os casos, tratam-se de uniões heterossexuais<sup>29</sup>.

Além disso, encontramos absoluta correspondência entre as imagens em cinco tópicos, de modo que todas as mulheres que figuram nas capas integrantes do modelo

<sup>28</sup> Embora três edições integrantes do Recorte B (B150, B369, B418) apresentem em suas capas-contracapas registros de cerimônias de casamento e personagens que se encaixam na definição de noivas, consideramos que este número não é suficiente (menos de 10% entre as 35 edições do recorte) para definir a presença do modelo de representação *Noivas* no período. Isto posto, é cabível notar a semelhança dos dados registrados na categorização dessas três edições e os dados das 11 edições que integram o recorte. Este fato reforça a tendência do caderno Thaís Bezerra de pautar a união romântica sob um viés hegemônico e normativo.

<sup>29</sup> Embora a união civil entre “casais do mesmo sexo” tenha sido oficializada apenas em maio de 2013 (conforme <<https://tinyurl.com/yxue44b5>>. Acesso em: 20 jan 2021), a observação apresentada neste trabalho sobre a inexistência de registros de uniões homoafetivas no caderno Thaís Bezerra não parte de uma perspectiva jurídica – caso assim fosse, incorreria em anacronismos. O questionamento posto diz respeito à ausência no *corpus* de imagens e textos que demarquem simbolicamente as vivências homossexuais como possibilidades existentes e legítimas.

*Noivas* em ambos os recortes encaixam-se na seguinte descrição: *Tom de Pele Claro, Cabelo Liso, Corpo Não Gordo, Faixa etária Adulto e Colocação em cena* na qual todas olham para a câmera, sorriem e posam.

Há quase correspondência absoluta também nos tópicos *Vestuário* (entre 11, 10 são classificadas como *Ritual*), *Profissão* (entre 11, 10 são inscritas como NR) e *Interação* (entre 11, 10 aparecem como *Afetuosas*). A edição D289 destoa no tópico *Vestuário* e é classificada como *Sóbrio* pelo fato de não retratar uma cerimônia de casamento. A única edição que registra a profissão da personagem é a D459, que descreve a retratada como advogada. A edição C196 é a única em que a *Interação* não é classificada como *Afetuosas* e sim como NA (*Não se Aplica*), pelo fato de a personagem aparecer sozinha em cena.

Na maioria das edições, as personagens são descritas como *Esposa-Noiva* e *Filha* no *Vínculo Familiar*. Na edição D289, no entanto, a personagem não é classificada como *Esposa-Noiva* e sim apenas como *Noiva*, embora o texto demarque que o casal em cena está noivo e "a um passo do altar". Na edição D459, além de *Esposa-Noiva* e *Filha*, a personagem é também descrita como *Mãe*, sendo que os filhos do casal retratado aparecem ao seu lado na foto. Quanto ao tópico *Ocasão*, as edições variam entre as classificações *Estúdio/Assinatura* e *Evento*, por vezes sendo registradas como ambos.

Depreendemos desses registros que, ao pautar a união romântica, o caderno Thaís Bezerra menciona estritamente casais heterossexuais e, dessa forma, reafirma seu ponto de vista hegemônico. Em outro sentido, a abordagem à vinculação familiar parte de um viés genealógico, que discursa sobre a constituição de uma nova família pela aliança de dois outros grupos familiares: em todos os casos, o nome dos casais de pais de cada noivo é citado.

A principal diferença observada entre os Recortes C e D no que diz respeito ao modelo *Noivas* aparece no tópico *Caracterização*. No Recorte D, é perceptível o apagamento das individualidades tanto de mulheres quanto de homens ao serem apresentados no contexto de uma união romântica: em nenhum caso foi registrada caracterização específica de cada um dos noivos. Nos dois casos (D397 e D424) em que o texto insere adjetivos, estes caracterizam os dois integrantes do casal de uma só vez. Da mesma maneira, no único caso (D459) em que a profissão dos noivos é citada, mulher e homem seguem a mesma profissão (advocacia). Nessa seara, o par mulher-homem é encarado como unidade, persona única, sobre o qual recaem os mesmos atributos.

Materializa-se, portanto, a tradição cristã relacionada ao contexto matrimonial que definem marido e esposa como “uma só carne”<sup>30</sup>.

No Recorte C, por sua vez, há textos nos quais as personagens são caracterizadas de forma direta e individual, e não só como casal. Em outro sentido, a ênfase dada à presença da alta sociedade nas cerimônias fica evidente nas edições que compõem o modelo dentro do Recorte C. As frases "A alta sociedade sergipana de A a Z esteve presente", "com a presença de Aju importante de A a Z" e "a alta sociedade sergipana e o mundo político estiveram em clima de elegância no casamento" comprovam tal noção. Mencionar a presença da alta sociedade funciona como um tipo de comprovação da relevância do evento, que se revela digno de destaque na medida em que figuras da elite participam dele.

Cabe notar a reincidência de sobrenomes e personagens dentro da publicação, como pode ser ilustrado pelas edições C186 (de 20 a 22 de julho de 2002) e C307 (de 13 a 15 de novembro de 2004). As edições apresentam duas irmãs, cada qual na respectiva ocasião de seu casamento. Ambas aparecem a seguir:



**Figura 46 - Capa da edição de 20 a 22 de julho de 2002 (C186) do caderno Thaís Bezerra**  
**Figura 47 - Capa da edição de 13 a 15 de novembro de 2004 (C307) do caderno Thaís Bezerra**

A reincidência de nomes e personagens nas colunas sociais está relacionada à noção de manutenção das elites debatida por Cruz (2015). Segundo a autora, as relações matrimoniais são uma importante estratégia de fortalecimento do poder dos grupos dirigentes uma vez que garantem a associação do sobrenome que as representa ao de outras famílias socialmente bem posicionadas.

<sup>30</sup> Conforme texto bíblico extraído do livro do Gênesis, capítulo 2, versículo 24: “Por isso, o homem deixa o seu pai e a sua mãe pra se unir à sua mulher; e já não são mais que uma só carne”



### e) **Debutantes**

O modelo *Debutantes* perpassa quase todos os recortes temporais, tendo sido registrado nos Recortes B, C e D. No Recorte B, 08 edições compõem o perfil (B026, B050, B119, B122, B173, B220, B232, B245); no Recorte C, 17 (C023, C076, C125, C128, C154, C197, C200, C203, C221, C276, C279, C288, C327, C332, C379, C414, C422); e no Recorte D, 06 (D051, D076, D214, D241, D334, D385). Além de mais comum, portanto, este modelo de representação é também o mais abundante. O principal ponto de conformidade entre as edições, como o próprio nome aponta, é a celebração dos 15 anos das personagens retratadas.

Os itens em que são registrados total correspondência entre as categorias são os seguintes: *Corpo (Não Gordo)*, *Faixa etária (Adolescente)*, *Postura (Pose)* e *Vínculo familiar* (embora haja menções a outros vínculos, todas as edições descrevem as personagens como *Filha*). No tópico *Profissão*, todas as edições onde há registro da ocupação das personagens (21, no total) as descrevem como *Estudante*. Há quase unanimidade no tópico *Tom de Pele*, no qual apenas 01 entre 31 edições é categorizada como *Médio*. No tópico *Ocasão*, 29 edições são classificadas como *Estúdio/Assinatura*. Em 29 casos também as personagens olham para a câmera nas fotografias. Apenas 03 entre 31 imagens não apresentam as personagens sozinhas, sendo que nos três casos a *Interação* é considerada *Afetuosa*.

No que tange à *Caracterização*, há edições que chegam a mencionar as quatro categorias de adjetivos em um só texto. Em 24 edições são utilizados adjetivos de ordem *Estética* para caracterizar as personagens. O mesmo número de registros foi encontrado para adjetivos da categoria *Personalidade*. 13 casos mencionam adjetivos relacionados à *Habilidade*, e 07 edições trazem adjetivos classificados como *Outra*.

Quanto às especificidades do modelo de representação em cada um dos recortes, uma das principais diferenças envolve o tópico *Ocasão*. No Recorte B, todas as edições integrantes do modelo apresentam fotografias produzidas em estúdio e/ou por fotógrafos profissionais, o que demonstra um tipo de registro acerca do debut que se diferencia do observado nos outros recortes temporais. Apesar de não haver necessariamente um registro da festa de aniversário, o ritual de passagem que a data simboliza é garantido pela aparição da adolescente na coluna social. Não existe, portanto, um registro do evento em si, embora o elemento simbólico da celebração de 15 anos não deixe de ser marcado. A imagem

abaixo exemplifica o registro da passagem do aniversário de uma debutante no qual não há alusão a festas na fotografia.



**Figura 48 - Capa da edição de 13 a 14 de abril de 1991 (B119) do caderno Thaís Bezerra**

Vale mencionar, ainda, o fato de que os pontos levantados nos textos do modelo *Nova Geração* e do modelo *Debutantes* dentro do Recorte B são basicamente os mesmos: filiação, local de estudo, cantores e esporte preferidos, signo astrológico, *hobby*, sonho, profissão que deseja seguir, atributos físicos, idade e o que odeia/detesta são questões frequentes em ambos os modelos. No mesmo sentido, grande parte desses pontos aparece também na apresentação de personagens adultas. É perceptível, portanto, que a abordagem do caderno na descrição das personagens não revela grandes distinções conforme as faixas etárias, o que explica a tendência adultizante mencionada anteriormente no modelo de representação *Nova Geração*.

Ainda em se tratando do modelo *Debutantes* dentro do Recorte B, os textos enfatizam determinadas características e tipos físicos: “loira de olhos azuis, alta e muito bonita” e “olhos verdes cintilantes, herdou a beleza alemã dos avós” são algumas construções frasais encontradas nos textos. Não por acaso, tais características são condizentes com o biotipo de pessoas brancas, o que revela a perspectiva colonial inscrita no discurso do caderno. Sobre colonialidades, a pesquisadora e transativista Viviane Vergueiro afirma:

períodos construídos a partir de perspectivas urbanas, ocidentalizadas, desenvolvimentistas, branco-centradas, etc. como uma multiplicidade de ‘épocas históricas’ profundamente distintas entre si (...) poderiam ser compreendidos, a partir de outras perspectivas, (...) como meramente partes de um longuíssimo e talvez insuperável processo histórico de colonização – processo que significa desumanização, inferiorização, genocídio e desrespeito a autodeterminações.

É preciso – dado que estamos todas nós, em diferentes graus, imersas nas dominâncias de diversas perspectivas colonizatórias –, também, repensar e deslocar criticamente as epistemologias, metodologias e instituições a partir das quais elaboramos nossas análises (VERGUEIRO, 2015, p. 33)

As palavras de Viviane Vergueiro denunciam a conformação de um projeto colonial naturalizado que impregna todos os aspectos sociais – incluindo as relações de gênero e sexualidade. Nesse sentido, a proposta da decolonialidade inscreve o desafio às definições dominantes e a complexificação das análises sobre as diversas expressões de opressão na contemporaneidade (VERGUEIRO, 2015).

A mesma lógica colonial pode ser percebida no caderno Thaís Bezerra pela presença da expressão “tipo exportação”, utilizada na edição B122 (abaixo), de 04 de 06 de maio de 1991. O termo abre o texto e é sucedido por atributos de ordem estética como “altíssima” e “cheia de charme”, compondo uma explanação sobre o aspecto físico da personagem. O uso dessa expressão é comumente relacionado à exotificação, objetificação e sexualização de corpos femininos, recaindo sobretudo sobre corpos negros.

Nesse sentido, Lélia Gonzalez contribui uma vez mais para o debate, refletindo sobre a acepção do termo “exportação” em uma de suas feições mais racistas, aplicado ao contexto dos festejos carnavalescos no Brasil e vinculado ao estereótipo da “mulata”:

aquilo que chamamos do Carnaval Brasileiro possui, na sua especificidade, um aspecto de subversão, de ultrapassagem de limites permitidos pelo discurso dominante, pela ordem da consciência. Essa subversão na especificidade só tem a ver com o negro. Não é por acaso que nesse momento, a gente sai das colunas policiais e é promovida a capa de revista, a principal focalizada pela tevê, pelo cinema e por aí afora. De repente, a gente deixa de ser marginal pra se transformar no símbolo da alegria, da descontração, do encanto especial do povo dessa terra chamada Brasil. (...) É nesse momento que a exaltação da cultura americana se dá através da mulata, desse “produto de exportação” (o que nos remete a reconhecimento internacional, a um assentimento que está para além dos interesses econômicos, sociais, etc. embora com eles se articule). Não é por acaso que a mulher negra, enquanto mulata, como que sabendo, posto que conhece, bota prá quebrar com seu rebolado. Quando se diz que o português inventou a mulata, isso nos remete exatamente ao fato de ele ter instituído a raça negra como objeto (GONZALEZ, 1984, p. 239-240).

Como enuncia Gonzalez, o termo “tipo exportação” incide sobre corpos negros femininos para nomeá-los como produto disponível ao mercado estrangeiro, designado à satisfação sexual de sujeitos investidos pelo olhar colonial. Essa relação ultrapassa o cenário do Carnaval e se inscreve na cultura cotidiana do Brasil, servindo de pilar ao racismo estrutural. Há que se pontuar ainda que, se esta é uma perspectiva contemporânea

sobre o termo “exportação”, quando concerne a corpos negros, trata-se de uma herança de seu uso no contexto do regime de escravidão (1550-1888).



**Figura 49 - Capa da edição de 04 de 06 de maio de 1991 (B122) do caderno Thaís Bezerra**

Adiante, a partir do Recorte C, as edições passam a mencionar de forma frequente os detalhes das festas. Embora a maioria das imagens não registre os eventos em si, e sim as aniversariantes, os elementos que envolvem a preparação da festa são evidenciados em grande parte das edições. Nesse sentido, fica exposta a intenção da publicação de divulgar o trabalho de determinados profissionais e empresas, a exemplo de *buffets*, decoradores, cerimonialistas e similares, o que reforça o papel outrora mencionado do colunista como articulador comercial.

Apesar dessa peculiaridade, as edições do Recorte C não deixam de citar elementos presentes também no Recorte B: filiação, local de estudo, sonho, profissão que desejam seguir e atributos físicos/psicológicos são alguns assuntos que continuam a aparecer nos Recortes C e D. A imagem abaixo traz o exemplo de uma edição na qual o debut é mencionado a partir da perspectiva comercial da festa, além de trazer elementos que descrevem a personagem (traços de personalidade, local e série de estudo, profissão pretendida, *hobby*).

Outra marca do modelo *Debutantes* nos Recortes C e D são as constantes menções aos pais das retratadas. Inclusive, o próprio sobrenome da personagem em alguns casos pode, em linhas práticas, ser considerada uma vinculação familiar. Um exemplo é o caso da edição de 11 e 12 de agosto de 2013 (D241), que traz como chamada de capa o texto “Maria Celi Barreto Valente e o cantor Wesley Safadão”. Fica marcada dessa maneira a filiação da retratada à família “Celi Barreto”, reconhecida pela propriedade e administração

do Grupo Celi (detentor de empreendimentos na área de construção civil, hotelaria e decoração).



**Figura 50 - Capa da edição de 10 a 12 de abril de 2004 (C276) do caderno Thaís Bezerra**

Além de mencionar os nomes dos pais das personagens, os textos costumam citar também suas respectivas profissões. Tal gesto pode ser lido como um esforço de situar as personagens socialmente. De modo geral, os familiares das retratadas desempenham atividades ligadas à Medicina, Direito, Engenharia e empresariado. Em uma das edições do Recorte C, inclusive, o pai da personagem é destaque na imagem e no título da capa, aparecendo ao seu lado durante o ritual da valsa (edição C414, abaixo).

Cabe destacar que, no caso da edição C414, pai e filha integram uma família tradicionalmente ligada à esfera política sergipana. Atualmente, além de desempenhar as funções de diretor financeiro em um colégio particular de Aracaju e de diretor presidente em uma empresa de distribuição de bebidas, o pai da personagem é também suplente de senador.



**Figura 51 - Capa da edição de 02 a 04 de dezembro de 2006 (C414) do caderno Thaís Bezerra**

Ainda em relação ao destaque dado pela publicação à profissão dos familiares das personagens debutantes, apenas dois casos citam a profissão das mães. Nos demais são mencionadas as ocupações do pai e/ou avô. Este registro pode ser interpretado como reflexo de uma visão patriarcal com sentido de permanência de hierarquização de gênero e desvalorização da presença feminina nas esferas produtivas, a despeito da existência, nesse recorte de classe, de mulheres em posições de liderança em grandes empresas.

O modelo de representação *Debutantes*, em todos os recortes nos quais se manifesta, torna evidente duas relevantes características do formato coluna social: o registro de eventos sociais e de relações familiares. Essa última é representada não só pela menção aos parentes das personagens, mas pelos próprios sobrenomes que deixam clara a linhagem da qual as retratadas descendem.

Embora tenham sido identificados alguns modelos de representação mais proeminentes, faz-se notar que, de forma geral, existe alguma semelhança entre quase todas as edições no que diz respeito aos assuntos abordados nos textos e mesmo às situações registradas. Há que ser notado, no entanto, o caso de edições que destoam das demais tanto em se tratando das personagens retratadas quanto ao texto que acompanha as imagens.

Um desses casos é o da edição de 15 de abril de 2007 (C433), que registra a inauguração de uma loja especializada em artigos de moda. A imagem exhibe as três empresárias responsáveis pelo negócio, retratadas sob o ponto de vista profissional. O ponto de destaque dessa edição reside no fato de que as personagens em questão não são apresentadas dentro de uma narrativa que as situa em uma lógica familiar ou que transforma seus atributos estéticos em critério de inserção. O texto e a imagem constituem um discurso que aponta para o reconhecimento de um lugar social e econômico de destaque para as personagens como empresárias, além de sublinhar a relação de cooperação e co-protagonismo entre essas mulheres – descritas como sócias.

A noção de co-protagonismo torna-se notável na medida em que a rivalidade entre mulheres revela-se como uma das estratégias hegemônicas de controle dos corpos femininos, como mencionado anteriormente.



**Figura 52 - Capa da edição de 14 a 16 de abril de 2007 (C433) do caderno Thaïs Bezerra**

Pontuados os modelos de representação, passaremos a um momento comparativo a fim de aprofundar o entendimento sobre as estratégias do caderno Thaïs Bezerra ao descrever e apresentar as mulheres que ilustram e protagonizam suas edições.

### **Síntese comparativa**

Retomando o problema de pesquisa expresso pela pergunta “de que forma o caderno Thaïs Bezerra, como representante do colunismo social em Sergipe, construiu e modificou sua representação de mulheres ao longo de quatro décadas?”, apresentamos nesta seção uma síntese das inferências que emergiram ao longo das análises.

Concernente à construção da representação de mulheres na publicação, é cabível pontuar inicialmente que esta se deu a partir de uma lógica de destaque às figuras femininas. Ao longo do processo de coleta das edições para análise, tornou-se perceptível como mulheres são maioria entre os personagens que aparecem nas capas e contracapas, o que ocorreu de forma especial nos Recortes A e B (período entre 1981 e 1998). Nesse sentido, quanto mais recente o recorte temporal, mais se notou a aparição de homens nesses espaços.

Tal noção se baseia no fato de que, nos Recortes A e B, o aproveitamento das edições integrantes dos primeiros sorteios foi muito maior do que aquele registrado nos Recortes C e D (período de 1999-2018). Nos dois primeiros recortes, os casos em que houve necessidade de novos sorteios se deveram à indisponibilidade das edições para acesso em arquivo, e não à ausência de correspondência ao critério de presença de mulheres na capa. Nos dois recortes mais recentes, por sua vez, a maior frequência de aparição de

homens como personagens únicos nas capas deu lugar à necessidade de realização de novos sorteios.

Uma hipótese para explicar esse fato é a de que, aos poucos, as colunas sociais deixaram de ser vistas apenas como seção voltada a mulheres. Conforme o ofício de colunista social foi ganhando prestígio nas rodas da alta sociedade e as colunas passaram a trazer informações privilegiadas obtidas nos bastidores da política e da economia, aparecer nessas publicações passou a ser um símbolo não só de status e visibilidade, mas também de poder e respeito. Isso motivou o interesse do público masculino em, além de ler as colunas, protagonizar suas capas.

Outro esteio da construção da representação de mulheres no caderno é a inserção no cenário dos eventos sociais, em especial casamentos e festas de debutante. Esse fato reforça a importância dos vínculos familiares e sociais como critério de distinção para a aparição de mulheres nas colunas, uma vez que tanto os matrimônios quanto os debutes trazem como essência a abertura a novos laços entre famílias pertencentes às elites. Na comparação entre os recortes temporais, todos apresentam ao menos um registro de capa-contracapa que menciona cerimônias de casamento ou festas de debutantes, embora nos Recortes C e D esses registros sejam mais abundantes.

No que diz respeito ao grande número de enlaces matrimoniais registrados na coluna, vale mencionar a inexistência da aparição de casais homossexuais ainda que não em uma perspectiva de união jurídica. É cabível pontuar, portanto, que a representação de mulheres na publicação parte de um princípio de normatividade, considerando a heterossexualidade como seu suporte e descartando a homossexualidade – entre outras possibilidades não-normativas – como vivência legítima.

Ainda no que tange aos vínculos familiares, é notável como o caderno tende a situar as personagens em uma esfera familiar – e não do trabalho, por exemplo. Assim sendo, tais mulheres são posicionadas de maneira a orbitar de alguma forma determinadas figuras masculinas, como seus pais, maridos e filhos. Até mesmo quando mulheres aparecem sozinhas nas imagens, laços de parentesco são mencionados com grande frequência.

No sentido oposto, a incidência de edições nas quais as personagens aparecem em contextos que aludem às suas profissões e ocupações foi bastante reduzida. Nos casos em que os textos citam o ambiente de trabalho ou o ofício das retratadas, estes não podem ser



considerados em sua maioria a motivação para a aparição nas colunas. A ressalva se dá em relação às mulheres que trabalham como modelos, sempre apresentadas com uma menção às suas profissões. Esta situação está ligada a mais um eixo de construção da representação de mulheres no caderno, que é a ênfase aos atributos físicos das personagens.

Ao descrever e apresentar as mulheres retratadas nas capas e contracapas, os textos destacam os traços físicos das personagens de forma preponderante, trazendo o conceito de beleza como critério de distinção para a inserção no espaço da coluna. Nesse sentido, a noção de beleza identifica-se com os marcos da branquitude, em detrimento dos corpos socialmente lidos fora desses marcos.

Além do preterimento dos corpos não-brancos, foram identificados outros apagamentos de biotipos e vivências, a exemplo de corpos gordos, idosos, *queer* e com deficiência aparente. Dessa maneira, a reprodução de um discurso hegemônico se mostra como base de construção da representação de mulheres no caderno Thaís Bezerra, tendo como efeito a invisibilização de existências e narrativas não-normativas e decoloniais. Trata-se, portanto, de uma *representação* esvaziada de *representatividade*.

Em síntese e na acepção popular, é possível dizer que as mulheres representadas no caderno Thaís Bezerra de acordo com a leitura do presente *corpus* são aquelas consideradas “bonitas” e “de boa família”, sobretudo no contexto de ocasiões sociais. É perceptível, nesse sentido, a composição de uma presença das retratadas que, por vezes, tende ao estereótipo e à caricatura, aludindo à permanência de valores ortodoxos e patriarcais. Essa construção se faz através de enquadramentos rígidos a papéis de gênero ou mesmo expectativas de classe, que resiste a tentativas de flexibilização. De acordo com Norbert Elias (2000), o apego a comportamentos sociais específicos está relacionado às tentativas de manutenção das posições de poder entre grupos preponderantes. Por meio do cumprimento de uma suposta cartilha de gestos, discursos e posturas, os indivíduos e grupos em lugar de domínio (*estabelecidos*) não só demarcariam sua diferença em relação aos grupos em posição de desprestígio (*outsiders*), como reafirmariam sua origem “qualificada”. Sobre os “estabelecidos”, Elias afirma:

Fossem eles empreiteiros, donos de lojas de música, ou tivessem qualquer outra ocupação, os papéis que assumiam como lideranças, bem como sua atitude perante as pessoas mais pobres ou recém-chegados que não se conformassem aos padrões vigentes, eram pautados num molde sumamente específico. Havia muitos elementos sugestivos de que eles eram os herdeiros urbanos, na classe média ou no proletariado, de papéis que haviam desempenhado antes num contexto pré-

industrial os senhores, a pequena nobreza rural e a aristocracia. (ELIAS, 2000, p. 105)

Em acréscimo, é cabível notar que a representação de mulheres na publicação é construída também a partir de uma tendência à artificialidade e ao produzido, sem apego ao sentido do natural e do orgânico. Essa tendência é percebida pelo grande número de imagens posadas e registradas por fotógrafos profissionais, algumas delas em ambiente de estúdio ou locação pré-produzida.

Os pontos identificados acima definem as linhas gerais que guiam o caderno Thaís Bezerra ao longo de toda a sua trajetória, mas é possível notar a existência de elementos que mudam de recorte para recorte. Quanto a essa modificação da representação feminina, uma das percepções tem a ver com o tipo de assunto abordado e os tons assumidos nos textos. Inicialmente, a presença das personagens nas capas e contracapas se dava em um sentido mais plástico, voltado à exibição de peças de vestuário. Nessa fase, a predominância era de mulheres adultas. Aos poucos, o caderno foi cedendo lugar a adolescentes, tendo como mote os debutes, e focando na presença das personagens em eventos sociais.

Nos dois primeiros recortes temporais, percebe-se uma espécie de homogeneidade com relação ao tratamento às mulheres retratadas: os tópicos abordados nos textos eram semelhantes, não importando a faixa etária da personagem. É nesse ponto, inclusive, que se identifica um caráter de adultização entre as crianças apresentadas.

Por seu turno, nos recortes C e D, é perceptível a introdução de elementos que cederam espaço a uma ainda pequena e restrita diversidade de conteúdo, como a aparição de mulheres idosas, gordas e retratadas em situações profissionais fora do espectro de moda e entretenimento. Por outro lado, tais mudanças não significam necessariamente uma guinada de discurso, pois ainda não é registrada nos recortes mais recentes a incidência de personagens com cabelos crespos e tom de pele escuro, por exemplo. Pelo contrário: esses índices são numericamente menores nos recortes no período de 1999 a 2018.

Fica evidente, portanto, como o caderno ainda expressa certo rechaço no que diz respeito ao processo de abertura à diversidade. Nesse sentido, é possível visualizar uma manobra na qual a invisibilização de certos grupos dá lugar ao que Stuart Hall (2003) denomina “visibilidade controlada”.

Ao reconhecer uma recente tendência de ocupação de determinados espaços simbólicos por grupos sociais marginais – não sem creditá-la devidamente às próprias pressões exercidas por esses grupos por meio de lutas pertencentes às “políticas culturais da diferença” –, Hall pondera que tal ocupação ainda ocorre de forma limitada. Para o autor, os espaços “conquistados” ainda são poucos e dispersos, regulados e segregados, e as tensões tornam-se evidentes quando “o lado cortante da diferença e da transgressão” (HALL, 2003, p. 339) põe em risco a espetacularização.

Nesse sentido, a ocupação de espaços por parte de corpos e narrativas diversos sofre a represália de grupos conservadores já que, segundo Hall, todo movimento que desestabiliza o *status quo* é alvo de investidas reacionárias:

Se o pós-moderno global representa uma abertura ambígua para a diferença e para as margens e faz com que um certo tipo de descentramento da narrativa ocidental se torne provável, ele é acompanhado por uma reação que vem do âmago das políticas culturais: a resistência agressiva à diferença; a tentativa de restaurar o cânone da civilização ocidental; o ataque direto e indireto ao multiculturalismo (HALL, 2003, p. 340)

Acerca do caderno Thaís Bezerra, a limitação à fluidez do processo de abertura à diversidade empreendida pela publicação a partir da invisibilização de determinados corpos, a exemplo de corpos negros, pode ser entendida como uma resposta conservadora e continuísta em prol do reforço de modelos hegemônicos.

É possível ainda pontuar percepções específicas acerca de cada um dos recortes temporais. No primeiro deles, o Recorte A (1981-1988), a publicação ainda buscava seu estabelecimento no mercado. Assim, podem ser notadas algumas estratégias utilizadas na coluna a fim de garantir a produção de conteúdo, sendo a principal delas o apoio de lojas no fornecimento de peças de vestuário usadas nos ensaios fotográficos das capas e contracapas. Outra estratégia identificada é a participação como modelo fotográfico da própria colunista e de pessoas de seu círculo social íntimo, a exemplo de sua irmã Tanit Bezerra. São utilizadas ainda fotografias não-exclusivas, com atrizes e modelos de grande renome nacional e até internacional. Exemplos são a atriz global Isabela Garcia em ensaio do reconhecido fotógrafo JR Duran e a estadunidense Marisa Berenson, fotografada por Berry Mackinley. Todos esses elementos apontam para um momento com menor disponibilidade de recursos e prestígio entre a sociedade sergipana.

O Recorte B (1989-1998) indica um momento de estabilização da credibilidade e do respaldo social do caderno. Um fato que sustenta essa noção é a maior incidência de capas

e contracapas que não trazem um mote ou finalidade específica, como a divulgação de algum evento social ou empresa. Nessas edições, os temas são as personagens em si, o que denota um fortalecimento da rede de contatos e das relações entre colunista e colunáveis.

Por sua vez, o Recorte C (1999-2008) é conduzido no sentido oposto ao B: poucas são as edições sem mote específico, havendo grande incidência de coberturas de eventos sociais – com destaque para festas de debutantes. Já tendo conquistado grande prestígio entre a sociedade sergipana, o caderno passa a ser bastante requisitado para o registro dos eventos, se tornando símbolo de status. Merece destaque o fato de que aparecem neste recorte as filhas de personagens que figuram nos recortes A e B, a exemplo das próprias sobrinhas da colunista. Fica posto, portanto, o papel da coluna de acompanhar as diferentes gerações das elites e assinalar seus trânsitos.

Nas palavras de Pierre Bourdieu, este acompanhamento das diferentes gerações de uma mesma família está ligado à reprodução de modos de vida e à acumulação de status:

a família tem um papel determinante na manutenção da ordem social, na reprodução, não apenas biológica, mas social, isto é, na reprodução da estrutura do espaço social e das relações sociais. Ela é um dos lugares por excelência de acumulação de capital sob seus diferentes tipos e de sua transmissão entre as gerações: ela resguarda sua unidade pela transmissão e para a transmissão, para poder transmitir e porque ela pode transmitir. Ela é o “sujeito” principal das estratégias de reprodução. Isso se torna bem claro, por exemplo, na transmissão do nome de família, elemento primordial do capital simbólico hereditário (BOURDIEU, 2008, p. 131)

Se a família é uma instituição preponderante no processo de transmissão e manutenção de diferentes formas de poder, acompanhar famílias significa acompanhar a própria dinâmica do poder. Para exemplificar tal pensamento, algumas edições do caderno Thaís Bezerra analisadas neste trabalho podem ser mencionadas. É o caso das capas de 18 de novembro de 2000 (C099) e de 15 de julho de 2012 (D185).

As duas edições registram aniversários comemorados por uma mesma família: o casal Nair Almeida Franco e Antônio Carlos Franco Sobrinho e seus filhos. Na edição C099, registra-se o segundo aniversário da filha mais velha do casal, Beatriz Franco. Na edição D185, por sua vez, o registro é do aniversário de Tácito Neto, filho do meio do casal, que ainda não havia nascido em 2000. Nesta publicação, Beatriz aparece já adolescente. Além de Nair, Antônio, Beatriz e Tácito, aparece na imagem da capa de 2012 a filha mais nova do casal, Maria, ainda no colo.



**Figura 53 - Capa da edição de 18 a 20 de novembro de 2000 (C099) do caderno Thaís Bezerra**

**Figura 54 - Capa da edição 15 e 16 de julho de 2012 (D185) do caderno Thaís Bezerra**

Além do crescimento da família com o aumento do número de filhos, outros fatores denotam a pertinência dos argumentos de Bourdieu em relação a essas edições. Um deles é a transmissão de nomes familiares, como fica perceptível pelo acréscimo dos nomes “Sobrinho” e “Neto” aos sobrenomes dos homens da família. De acordo com Bourdieu, a transmissão de nomes e sobrenomes representa a passagem de autoridade aos novos entes da família como uma espécie de legado simbólico.

No caso dessas edições, o nome “Neto” faz referência a Tácito Antônio de Faro Melo, que alcançou reconhecimento entre a sociedade sergipana tendo ocupado cargos diretivos em governos estaduais e em empresas de diferentes ramos. O nome “Sobrinho”, por sua vez, refere-se a Antônio Carlos Franco, que se notabilizou como deputado federal, prefeito e diretor do Jornal da Cidade – publicação do qual o caderno Thaís Bezerra é integrante. Foi Antônio Carlos Franco, inclusive, que fez o convite para que Thaís Bezerra assumisse o caderno que hoje assina há quase 40 anos.

Cabe pontuar que o sobrenome Franco identifica uma família que desde a década de 40 destaca-se como uma das mais influentes no cenário da política sergipana, cujos membros ocuparam cargos eletivos como governador, senador e deputado federal, entre outros – como denota a contextualização histórica dos recortes temporais. A família Franco notabiliza-se ainda por sua participação no ramo empresarial e industrial, com atuação em empresas de variados segmentos.

Invocar, a partir do sobrenome e do próprio nome, a família Franco e seus personagens, portanto, é uma forma de invocar também o status conquistado pela família ao

longo de sua trajetória quase centenária. E esta manobra é tanto reconhecida quanto ratificada quando, nas manchetes, o caderno Thaís Bezerra põe em relevo o nome completo de Antônio Carlos Franco Sobrinho, mesmo em se tratando de ocasiões nas quais o protagonismo caberia aos respectivos aniversariantes, seus filhos. Ao estampar o nome completo de Antônio Sobrinho, a publicação justifica, ainda que de forma indireta, o registro daqueles determinados eventos.

Cabe pontuar, nesse sentido, a dimensão patriarcal da prática de transmissão dos nomes familiares: são os homens da família que recebem os nomes de seus antecessores, como no caso de Antônio Sobrinho e Tácito Neto. Enquanto isso, Nair, Beatriz e Maria aparecem sem sobrenome. O caso demonstra como, apesar de serem mais “colunáveis”, mulheres aparecem muitas vezes nas colunas sociais apenas na função de rostos e corpos que portam sobrenomes.

Nos exemplos das capas com a família de Nair Franco e Antônio Sobrinho, as mulheres das fotos não são mencionadas por seus sobrenomes pelo fato de já estarem presentes nas ocasiões os homens da família, herdeiros dos nomes dos patriarcas. A aparição dos homens, nesse sentido, já garantiria a afirmação do clã. Assim como assumem o papel de carregar e levar adiante os nomes das famílias, são também homens que, historicamente, ocupam os postos de destaque e poder. Como pontuam Hirata e Kergoat, a “apropriação pelos homens das funções com maior valor social adicionado (políticos, religiosos, militares etc.)” (2007, p. 599) estaria configurada no modelo de divisão sexual do trabalho, como citado anteriormente.

Seguindo a diferenciação entre recortes, no Recorte D (2009-2018) os registros sobre eventos sociais continuam – incluindo formaturas, que até então não tinham aparecido. Outro traço comum é a significativa incidência de páginas publicitárias nas capas. Nesse ponto, há uma diferença entre a dinâmica observada no Recorte A: enquanto neste a ideia é valer-se do suporte de lojas na produção do conteúdo, no Recorte D fica nítido que os espaços das capas foram comprados por empresas patrocinadoras. Há, portanto, uma perspectiva comercial muito mais sólida que denota o completo estabelecimento da publicação no mercado sergipano e regional.

Em resumo, a modificação da representação de mulheres no caderno Thaís Bezerra foi direcionada pela gradual conquista de credibilidade entre apoiadores, audiência e contatos. Embora o caderno tenha, ao longo dos anos, assimilado tipos de personagens e

situações que não apareciam em suas primeiras edições, as bases de representação se mantiveram praticamente inalteradas.

Nesse ponto, a ausência de pluralidade percebida ao longo dos anos no caderno pode ter relação com a composição das elites sergipanas, destacada anteriormente na contextualização dos recortes temporais. Como já dito, essa composição é profundamente identificada com o cenário político no estado. Prova disso é a posição ocupada por personagens como Augusto Franco, Albano Franco e João Alves Filho no histórico da administração pública estadual durante o período em análise, todos com carreiras ligadas ao setor empresarial.

Augusto e seu filho Albano integram a família Franco, cujo destaque econômico se constrói desde o início do século XX no ramo da indústria açucareira. Com o passar dos anos, a família diversificou seus investimentos para os setores têxtil, agropecuário e de comunicação, fundando o Sistema Atalaia de Comunicação na década de 60 – que hoje compreende a TV Atalaia e o Jornal da Cidade, entre outros veículos. Outro ramo da família Franco é detentor do Grupo Sergipe, integrado pela TV Sergipe (afiliada da Globo) e FM Sergipe. João Alves Filho, por seu turno, é herdeiro do empresário João Alves, que se notabilizou no setor de construção civil à frente da antiga Construtora Alves – atualmente Habitacional Empreendimentos. A família de João Alves Filho é também proprietária do jornal Correio de Sergipe. A trajetória desses personagens ajuda a entender de que forma as esferas política e econômica se interseccionam na composição das elites sergipanas, perfazendo, inclusive, concorrências intrafamiliares.

Posicionados política e economicamente em espaços de relevância, essas figuras não só assentam-se entre as elites como fazem com que esse status se estenda àqueles que lhes orbitam – como familiares, amigos e parceiros. Nesse movimento, demarcam sua influência para além dos aspectos da política e da economia, chegando também ao moral e ideológico.

Do ponto de vista político (entendido aqui não só no sentido partidário), esses atores da elite se identificam historicamente com uma linha conservadora. Como visto, dentro do período em estudo, é apenas no Recorte C (1999-2008) que os ideais progressistas alcançam projeção política, demonstrando enfraquecimento já na metade do recorte temporal posterior (2009-2018). Essa predominância de uma ideologia conservadora entre

as elites acaba por apontar os rumos temáticos dos produtos midiáticos hegemônicos – sobretudo em casos como o do caderno Thaís Bezerra, que se alicerça justamente em narrativas sobre os modos de vida desses grupos.

Nesse sentido, emergem como explicação as considerações de Bourdieu acerca do conceito de *capital social* (BOURDIEU, 2007). Se este capital está ligado à rede de relações de um indivíduo e ao estabelecimento de laços de solidariedade mútua dentro de um grupo, é cabível sublinhar que a coerência desse grupo se dá na medida em que a colaboração entre seus membros se orienta no sentido da manutenção das condições que lhes garantem proveitos materiais e simbólicos. Essa manutenção está diretamente ligada à preservação de leituras e sentidos baseados em modelos hegemônicos, já que é justamente esse tipo de olhar sobre o mundo que sustenta a posição das elites e determina a disposição do capital social.

Diante dos apontamentos relacionados à manutenção dos discursos hegemônicos no caderno Thaís Bezerra e sua associação com a composição das elites sergipanas, faz-se necessário entender como a própria colunista, como produtora de narrativas, visualiza esse panorama. Nesse sentido, uma nova etapa da pesquisa será apresentada na seção posterior, desta vez baseada em uma entrevista em profundidade com Thaís Bezerra.

### **2.2.3 - Entrevista**

A fim de aprofundar as investigações até então apresentadas e ampliar os resultados obtidos a partir da fase de Análise de Conteúdo, realizamos uma entrevista em profundidade com a colunista Thaís Bezerra. Em virtude das práticas de isolamento e distanciamento social impostas pela pandemia da Covid-19 (Coronavírus), a entrevista foi realizada de forma remota.

Após o envio do roteiro de perguntas pré-elaborado – que se encontra no Apêndice 1, página 188 – à entrevistada, as respostas foram devolvidas em sua maioria na forma de áudios gravados pelo aplicativo de mensagens WhatsApp. Os áudios foram enviados de forma espaçada, no período de 01 de maio a 29 de junho de 2020. A despeito da intenção inicial de produzir uma entrevista presencial e contínua e, posteriormente, como adaptação, de realizar uma entrevista por videoconferência, também contínua, os procedimentos aqui adotados deveram-se à necessidade de adequação à disponibilidade da entrevistada. Por ter passado por um procedimento cirúrgico nas cordas vocais, a colunista esteve



impossibilitada de falar continuamente durante um extenso período de tempo, o que inviabilizou a possibilidade de uma entrevista sem intervalos.

Este método de entrevista, embora tenha atendido ao propósito geral de contemplar os questionamentos, impôs limitações à pesquisa em relação às possibilidades de interlocução. Houve, portanto, a necessidade de interposição de novas perguntas (indicadas no Apêndice 1, página 188) não pertencentes ao roteiro original após a conclusão das respostas, de forma a refinar a coleta de informações.

Para fins de organização, o roteiro de questões foi dividido em três blocos, os quais serão reproduzidos nesta seção. As perguntas foram preparadas com vistas a abordar a visão da colunista sobre aspectos relacionados à produção da publicação, à imagem de mulheres nas páginas da coluna e ao juízo de Thaís Bezerra sobre si mesma quanto à sua posição e relação com o caderno.

## **I. Produção**

No que concerne às dinâmicas e rotinas de produção do caderno Thaís Bezerra, a colunista salienta que toda a publicação é construída por ela própria. Desde as decisões sobre as pautas até a aprovação da diagramação, passando pela apuração, escrita dos textos e seleção das fotos, Thaís afirma ser responsável por todas as etapas de produção.

A produção do caderno sou eu sozinha. Têm alguns informantes, homens e mulheres, jornalistas ou amigos, que me passam notícias na semana e aí eu vou vendo se essa notícia tem alguma coisa a ver com a minha visão da sociedade sergipana. Não tenho equipe não. Não tenho secretária, não tenho assessora, sou eu fazendo tudo mesmo, na correria. Às vezes peço uma ajuda a alguém, uma dica de uma entrevista, e vou fazendo na raça mesmo, na dedicação e no amor pelo meu trabalho.

Em outro trecho, Thaís afirma:

Antigamente eu marcava horário, fazia visita, eu mesma. Nunca tive assessor pra ir comigo fazer a parte comercial.

A responsabilidade da colunista em relação a todo o processo de produção da publicação é referida repetidas vezes ao longo da entrevista. Constantes também são as referências da entrevistada a seus 42 anos de profissão (39 deles no Jornal da Cidade) e à posição de credibilidade e respeito alcançada ao longo desse período. Em conjunto, estas informações permitem inferir que Thaís tem sobre si própria a visão de uma *self made woman*, uma mulher que fez a si mesma – apesar de reconhecer a importância de diversas figuras nesse processo, como será visto posteriormente. Com frequência, a colunista

salienta também a sua independência, ratificando a ideia de responsabilidade sobre a construção da própria imagem. A percepção de Thaís Bezerra sobre sua figura será aprofundada adiante.

Em se tratando de sua rotina produtiva regular, Thaís Bezerra descreve uma dinâmica de trabalho que, embora se assemelhe em diversos aspectos à dos jornalistas que produzem *hard news*, acaba por seguir uma lógica própria. Embora afirme trabalhar diariamente e precisar estar atenta a *deadlines*, a colunista não cumpre uma jornada de trabalho fixa nem frequenta diariamente o ambiente da redação. O trecho a seguir apresenta estas informações nas palavras de Thaís Bezerra:

meu *deadline* é sempre quinta-feira à noite. É até meia noite que eu faço o jornal. Eu gosto muito de trabalhar à noite. A apuração da semana a gente fica já apurando da sexta-feira, quando termina um caderno, pra fazer o próximo. (...) Eu não marco em termo de horas, mas eu marco no dia a dia, que a gente trabalha todo dia um pouco. Não pode ficar sentada, pra cair do céu a notícia, não. Tem que ter notícia. Então, a gente tem que correr atrás sete dias antes. (...) Eu não marco assim, tantas horas, que fiquei no computador. Às vezes eu fico a tarde toda, às vezes fico a manhã inteira, mas vamos fazendo.

A colunista também explica que, atualmente, as apurações e demais atividades ligadas ao caderno são realizadas quase que exclusivamente de forma remota. Ao comentar sobre as diferenças relacionadas ao trabalho do início da carreira até os dias atuais, Thaís afirma:

Sobre a rotina de produção, patrocínio, pautas, não mudou muito, né? Facilitou, com a internet. Tudo por email, tudo por whatsapp. A gente às vezes não precisa mais ir ao cliente. Às vezes tem gente que quer ir ao vivo, bater papo, discutir alguma forma da arte, do que vai ser publicado, mas no geral... 98%, posso dizer isso a você, eu não tenho que ir ao cliente.

Também sobre as modificações na rotina produtiva ao longo dos anos, a entrevistada pontua:

a gente vai modificando devido ao trabalho mesmo, o dia a dia. No início, que era com máquina de escrever, *Remington*. Depois vieram as máquinas elétricas, a gente vai andando mais rápido, e agora com o computador a gente faz mais rápido ainda. Mas eu vou anotando tudo no meu computador, e na quarta e quinta que eu vou já fazendo os textos.

Esse conjunto de excertos evidencia como os colunistas sociais desempenham seu trabalho a partir de uma série de métodos particulares que, ainda assim, situam-se no interior de um processo mercadológico. Nesse sentido, ainda que esteja apartada da rotina jornalística “padrão”, Thaís Bezerra demonstra ter vivenciado as mudanças estruturais e profissionais experienciadas pelos jornalistas das redações ao longo dos anos.

A ideia da coluna social como produto jornalístico que gera faturamento é mais um dos aspectos identificáveis nas falas da entrevistada. Buscando a manutenção deste produto, Thaís Bezerra se divide em uma série de competências, ciente de sua capacidade profissional enquanto colunista de aumentar a receita de publicidade do jornal. Sobre esse tema, Thaís relata:

As capas eu decido 99,9%. Às vezes há um pedido da direção do jornal, de um sobrinho, de um parente, de um primo, de uma homenagem. Mas quase 100% quem define, decide o tema, quem vai sair na capa, sou eu. Algumas capas são comerciais, logicamente. O jornal também vive disso, né? Eventos ou empresas que queiram divulgar seus negócios. A gente tem uma tabela do caderno Thaís Bezerra e a negociação é feita diretamente comigo. Eu passo pra o jornal, às vezes a pessoa fica solicitando um desconto, etc, e a gente negocia diretamente com o dono ou com o diretor comercial e chegamos a um acordo. Mas quem decide quem coloca quem na capa sou eu, Thaís, nesses 42 anos, graças a Deus.

O trecho traz à tona a incorporação da função de vendedora e publicitária por Thaís Bezerra, que não só assume a responsabilidade pela produção do conteúdo da coluna como também de comercializá-lo. Nessa perspectiva, fica explícito como as questões econômicas funcionam como um vetor que direciona os temas e personagens que figuram no caderno. Em um mesmo sentido, a colunista explica:

O jornal faz alguns comerciais diretamente com o cliente, que procura o Comercial do jornal. E nós temos um acordo comercial de percentual de vendas, para que eu também receba, porque sai no meu caderno. Então, isso é um acordo interno.

Nesse contexto, Thaís se coloca em uma posição ambígua: ao mesmo tempo em que atua como funcionária do jornal, produzindo conteúdo, a colunista também integra o grupo daqueles que auferem os lucros gerados por essa produção. No fragmento a seguir, é notável a convergência das habilidades de jornalista, publicitária e vendedora em Thaís Bezerra, que busca equilibrar os aspectos econômicos aos elementos informativos e de entretenimento.

Sobre a relação com os patrocinadores, é mão dupla. Às vezes apresento projetos, propostas, e muitos me procuram. No geral, eu acho que é 50% pra cada lado. Eu sempre apresento novidades, *merchandising*, fotografias, coisas mais leves que não fiquem como publicidade mesmo, que saiam como notícia. E tem dado certo esses 42 anos, graças a Deus. Tem muitos que procuram fazer realmente a parte comercial, institucional, a publicidade institucional, e a maioria tem preferido fazer como *merchandising*. Então, sai como notícia. E seguimos em frente, sempre dando certo.

Ainda no que tange às rotinas de produção, a colunista chama a atenção para as mudanças causadas pela pandemia. Mesmo que, como a própria entrevistada observa, o

processo já viesse há anos ocorrendo em um sistema “tudo por e-mail, tudo por WhatsApp”, os assuntos abordados na coluna precisaram sofrer uma adaptação.

a pandemia é uma coisa diferenciada no trabalho de qualquer jornalista. As pautas tem que ser diferentes, a gente tem que criar, inovar.

Em se tratando da coluna assinada por Thaís Bezerra, a referida inovação diz respeito, sobretudo, à ausência dos eventos sociais que servem de mote para grande parte do conteúdo da publicação. A análise aprofundada destas mudanças, no entanto, não cabe a este trabalho, uma vez que as edições aqui consideradas em termos de amostragem dizem respeito ao período encerrado em 2018.

A respeito do público do caderno, a colunista confirma uma perspectiva observada e mencionada anteriormente nesta pesquisa: a ideia de acompanhamento à continuidade geracional das elites. Nesse sentido, a entrevistada afirma:

Graças a Deus tenho um público fiel. Leitores que me acompanham desde o início (...). Eu tenho um público muito eclético, de todas as tribos, como se fala. Tenho leitores da idade dos meus pais, 80 anos, 90... Minha mãe já teria 90, meu pai teria 100. Mas ainda tenho um público muito bacana de novos leitores, eu procuro me renovar (...). Então, é um público que eu acompanho hoje de 80 até 09 anos, que já quer sair no Ping Kids, no Ping Teen, no Bate Bola. E isso me gratifica muito. Eu também atribuo [a fidelidade do público] ao meu trabalho de pesquisa de correr atrás dos filhos dos filhos dos filhos, dos netos, dos avós, e de prestigiar todas as gerações. E aí acho que esse público vai se tornando fiel porque eu já botei o avô, o bisavô, a avó, a mãe, o filho e o neto.

Ao mencionar seu trabalho de pesquisa na busca por novos membros “colunáveis” entre as famílias tradicionais e atribuir a esta prática a fidelidade de seu público, Thaís Bezerra mostra-se como uma entusiasta da dinâmica de testemunhar e registrar as mudanças nos fluxos e arranjos familiares de geração para geração. E se a colunista mantém-se atenta e próxima das famílias de modo a observar tais transformações ao longo dos anos, é cabível dizer que existe aí uma relação de reciprocidade: não só o público é fiel a Thaís e sua coluna, mas a própria colunista mantém-se fiel à sua audiência.

A fala de Thaís Bezerra confirma, ainda, que a publicação se mostra como um espaço de manutenção das relações de classe e de perpetuação dos marcos hegemônicos, e que este processo ocorre de forma intencional e consciente. Nesse sentido, Karina Cruz (2015) aponta que o aspecto geracional é um elemento fundamental na dinâmica de preservação das posições e estruturas de poder, e que as colunas sociais são importantes bases materiais para a percepção de como esse poder se movimenta e cristaliza ao longo da história.

Ainda sobre a relação entre a autora da coluna e aqueles que consomem o conteúdo por ela produzido, faz-se pertinente pontuar a postura de Thaís Bezerra no que diz respeito à sua presença nas redes sociais. A única plataforma na qual a colunista gerencia uma conta ativa é o Instagram, onde mantém um perfil fechado com menos de 5 mil seguidores<sup>31</sup>. Com diversas atualizações semanais (até a conclusão deste trabalho, o perfil reunia quase 24 mil publicações), a conta inclui postagens que mostram o cotidiano da colunista – desde momentos em casa até registros de viagens e participação em eventos – e replica a versão digital de páginas do caderno Thaís Bezerra. Não é perceptível, no entanto, uma postura de utilização da rede social como ferramenta e/ou espaço auxiliar ao caderno, tampouco é notado um posicionamento condizente com a figura de um influenciador digital – a colunista não utiliza seu perfil para a divulgação comercial e sistemática de produtos e serviços, por exemplo.

Embora afirme em entrevista reconhecer-se como formadora de opinião<sup>32</sup> – uma potencial influenciadora, portanto –, Thaís Bezerra não transpõe tal posicionamento para as redes sociais. Sua postura de fechamento nas redes vai à contramão de uma prática da qual a colunista se diz adepta: a de ir ao encontro de novos públicos. A presença tímida de Thaís Bezerra nas redes sociais faz emergir questionamentos sobre a possibilidade de a colunista estar bloqueando potenciais vias de acesso para o público jovem ao seu conteúdo, sobretudo considerando que a própria Thaís reconhece a existência do que chama de “crise da mídia impressa”.

Partindo à discussão sobre a relação da colunista com os patrocinadores da publicação e a conciliação entre os interesses comerciais do jornal com seu conteúdo, a entrevistada afirma:

é uma coisa muito fácil. O meu caderno tem um público fiel, determinado, da sociedade, e nunca há conflitos. (...) O cliente do caderno Thaís Bezerra já sabe realmente o retorno que obtém, o público que alcança, e isso é o que tem dado longevidade ao meu trabalho.

O comentário oferece uma explicação sobre as razões pelas quais o conteúdo do caderno vem se mantendo quase imutável ao longo dos anos: a manutenção do alinhamento a perspectivas normativas é o que sustenta a ausência de conflitos e mantém a publicação atrativa aos investidores. Romper com a normatividade, portanto, acarretaria conflitos

<sup>31</sup> Dados atualizados em julho de 2020.

<sup>32</sup> “Me sinto (*sic*) uma formadora de opinião pelo trabalho que eu faço há 42 anos, um trabalho que eu procuro sempre aprimorar a cada dia”

indesejáveis. Ainda neste tópico, a colunista salienta conseguir driblar possíveis controvérsias relacionadas à seção de sua coluna que aborda temas políticos:

a parte que pode ser conflituosa nesse ponto seria a página política, que é uma página independente. A gente não faz acordos políticos (...)

A afirmação da entrevistada é questionável na medida em que a família mantenedora do Jornal da Cidade, do qual a coluna de Thaís Bezerra faz parte, é também um importante personagem da política sergipana. Além do vínculo profissional com a família Franco, a colunista mantém relações estreitas com alguns de seus integrantes, a exemplo do empresário e ex-governador de Sergipe Albano Franco – a quem Thaís chega a referenciar mais de uma vez na entrevista.

Ainda acerca da normatividade que caracteriza o caderno, o registro de aniversários de 15 anos e casamentos, como já pontuado, sintetiza e materializa o discurso hegemônico presente na publicação. Sobre este assunto, Thaís Bezerra relata:

Tem uma demanda de comercial e também normal, que a gente coloca porque quer. Porque eu que escolho, né? Quem coloca na capa. E o público gosta de ver, gosta de ser visto na festa, de colocar a cobertura completa dos casamentos, dos 15 anos. E eu vou definindo quem entra e quem não entra. Sempre, a maioria, cobertura de 15 anos e casamentos, são comerciais. Mas foto de capa só é comercial quando é evento para ser divulgado. Mas as garotas de 15 anos que a gente coloca na capa, ou noivos, não é comercial, eu quem escolho.

Embora mencione o viés comercial que determina a escolha do conteúdo para as coberturas, a colunista afirma que os eventos que aparecem apenas na capa (sem continuidade na parte interna da coluna) são definidos por sua própria escolha. Não há, no entanto, especificação de quais critérios lhe guiam em tal seleção. Nesse sentido, uma hipótese a ser levantada, além das próprias preferências de Thaís Bezerra, é o fato de que as celebrações de debut e matrimônio podem ser consideradas *motes in seipsum*. Esses tipos de registros geralmente não necessitam de um argumento ou narrativa que os justifique, sendo considerados “naturalmente” relevantes por se tratarem de rituais já inseridos no repertório social.

Como pontuado anteriormente, Canclini (1999) considera que os rituais servem para definir os contornos dos significados socialmente partilhados, indicando e explicitando consensos e valorações. Também sob lentes culturalistas, Williams (1979) afirma que os rituais e tradições baseiam-se em um jogo hegemônico de ênfase e omissão no qual apenas alguns significados e práticas são escolhidos para ser levados adiante pelas próximas gerações. As cerimônias de matrimônio e debut, portanto, são exemplos de rituais que se

perpetuam no jogo apontado por Williams, cujos significados são coletivamente reconhecidos, nos termos de Canclini.

A colunista comenta ainda sobre a mudança em relação aos ensaios fotográficos especialmente preparados para as capas e contracapas do caderno, que com o passar dos anos foram entrando em escassez:

quem fazia era tudo eu. Amava. A gente fazia às vezes locações na rua, em obras... Eu me lembro que tinha uma obra no início da Rua Pacatuba que eu fiz uma produção de moda. Eu também, no meio da produção, junto com duas garotas da sociedade... Era muito interessante. Faz falta, mas assim: não dá mais tempo, não tem condições de passar uma tarde fazendo produção de capa pra escolher modelo, escolher menina. Então a gente já pega as fotos prontas de fotógrafos ou das próprias pessoas que eu peço pelo WhatsApp, e a pessoa me encaminha.

Essa informação aponta que, inicialmente, a produção de conteúdo para o caderno era feita de forma diferente da de hoje, uma vez que a publicação ainda buscava estabelecer-se no mercado. A produção das fotografias era feita de forma amadora, com a colaboração de pessoas próximas, e perdeu lugar na medida em que a colunista optou por concentrar seu foco em outras demandas do processo de construção da coluna – entre as quais as relações comerciais.

Há que se destacar ainda o uso da expressão “garotas da sociedade” no trecho. Antes de pronunciá-la, a colunista afirma ter estado na mesma situação em que as personagens caracterizadas como “da sociedade”. Ao passo que sublinha um sentido de inclusão (“eu junto a elas”), a manobra expressa a necessidade de Thaís Bezerra de trazer credibilidade e distinção às garotas mencionadas: não se trata de quaisquer garotas, mas sim de “garotas da sociedade”. Uma expressão similar é utilizada pela colunista no seguinte trecho:

Foi uma revolução na cidade eu colocar meninas da sociedade de biquíni na capa do caderno. Foi realmente um marco na minha vida profissional, porque as garotas topavam, mas os pais, às vezes: “mas vai sair na capa do caderno de biquíni?”. Todo mundo queria e as meninas mais bonitas de Aracaju saíram na capa do meu caderno na Gazetinha, e depois no Jornal da Cidade, de biquíni.

É perceptível como a colunista vê a ideia de exposição de corpos femininos sob uma ótica positiva, como ferramenta de empoderamento. A entrevistada baseia seu argumento na ciência de mulheres sobre seus corpos e no desejo próprio de expô-los, inclusive a contragosto de figuras masculinas como pais e maridos. Ao mesmo tempo, é cabível pontuar como a exposição dos corpos de mulheres sob um viés meramente plástico pode servir justamente à reprodução dos mecanismos do machismo. Sem a existência de uma

camada crítica e de um discurso que atrele o apelo estético da exibição a um significado político, os corpos expostos seguem submetidos a uma lógica de objetificação.

É interessante mencionar que as tensões que emergem desta discussão não se fizeram presentes nas nossas análises, já que a objetificação dos corpos construiu nossas conclusões ao nos depararmos com tais representações. Nesse sentido, salientamos que a perspectiva da entrevistada contribui para complexificar e tensionar as argumentações presentes no debate. Se por um lado evidenciamos corpos de meninas e mulheres expostos e objetificados, por outro, esta possibilidade de representação não era plausível outrora, significando, em alguma medida, maior liberdade, mesmo que o “aval” de pais e maridos mantenha as mesmas formas de controle e delimitação do que é ou não apresentável em uma coluna social.

Ainda sobre a utilização da expressão “garotas/meninas da sociedade”, tal uso traz implícita a noção de que nem todas as garotas podem ser consideradas “da sociedade”, e que tal sociedade não é composta pela totalidade da população, mas sim por uma parcela seleta. Para aparecer na coluna, portanto, há que se fazer parte deste grupo restrito e reunir certos atributos que, embora não explicitados, certamente inserem-se no discurso normativo e hegemônico outrora mencionado.

Nesse sentido, faz-se notável como a colunista, apesar de declarar que uma diversidade de pessoas pode figurar nas capas da coluna, acaba contradizendo sua própria afirmação. O trecho a seguir revela-se como ponto de partida para algumas reflexões:

Eu sempre procuro pessoas de várias gerações. Do bebê, da criança às pessoas mais velhas, de 90 anos. Outro dia botei uma foto na capa que foi um sucesso, da esposa de doutor José Augusto Barreto, dono do Hospital São Lucas, falecido. A esposa dele já tem 90 anos, o filho fez um ensaio com ela e eu pedi uma foto. Ele falou “fale com minha mãe, se ela deixa”. Aí eu mandei uma mensagem pra dona Ceíça e ela: “ah, não precisa”. Eu digo: “não, essa foto da senhora tem que sair! Era pra sair na capa da Vogue!”. Uma foto fabulosa de uma mulher, de uma senhora, de uma lady, de uma dama, aos 90 anos, sair na capa. (...) Então a gente bota gente de todas as idades na capa.

Ao referir-se a uma das personagens retratadas na capa de seu caderno como esposa de um homem proeminente, sem sequer mencionar seu nome completo (a mulher é identificada apenas por seu apelido), a colunista corrobora para o apagamento da identidade dessa mulher, mesmo que involuntariamente. O valor de distinção que possibilita que a personagem figure na coluna não reside em si mesma, mas depende de uma figura externa,



masculina. A presença de mulheres na coluna afiançada por familiares homens, especialmente pais e maridos, foi bastante discutida ao longo das análises.

Desta maneira, a última frase do trecho da entrevista localizado acima se esvazia de sentido, uma vez que há aspectos específicos que direcionam o fato de alguém ser visto como apto a aparecer em uma coluna social – como a vinculação familiar e o comportamento de “lady” ou “dama”, por exemplo. Em outras palavras: ainda que não seja uma situação recorrente, uma mulher de 90 anos (ou dotada de qualquer outra característica que a distancie dos marcos normativos) pode figurar na capa do caderno, desde que esteja em alguma medida submetida e comprometida com o projeto hegemônico.

Sobre o exemplo protagonizado por dona Ceíça Barreto, é pertinente a ressalva de que o seu filho afirmou que a decisão sobre a aparição na capa caberia à sua mãe, de modo que a própria mulher teve o poder de escolha em relação à sua imagem. Ainda assim, é simbólico o fato de que, para que a personagem exercesse seu direito de decisão, Thaís tenha recorrido anteriormente a uma figura masculina, em uma espécie de busca por aval.

Retomando os apontamentos sobre a produção da coluna, a entrevista também evidencia o caráter local do conteúdo publicado no caderno Thaís Bezerra. Diz a colunista:

Eu coloco anti-spam porque não dá pra gente ficar lendo notícias do Brasil inteiro, que não é (*sic*) de interesse do meu caderno. Às vezes a gente faz algum registro, mas as pautas são locais, da sociedade local.

O fato de Thaís escrever sobre e para quem está perto denota uma diferença entre o conteúdo de sua coluna e aquele praticado por alguns colunistas de grandes centros no Sudeste, com escala de projeção nacional (GONÇALVES, 1999). Enquanto no eixo Rio-São Paulo as colunas dão ênfase a pessoas com imagem pública estabelecida, Thaís busca personagens na vida privada das elites. O caráter local e a proximidade do público e dos próprios colunáveis também fazem com que se acentue a concentração da imagem do caderno em torno da persona de Thaís Bezerra. Em contraponto, a própria colunista reconhece sua posição como trabalhadora:

Eu sou funcionária. Sempre brinco muito que as pessoas pensam que o caderno é meu. Não, o caderno leva o meu nome. Eu tenho essa honra de ter um caderno com o meu nome, mas eu sou funcionária do Jornal da Cidade. Carteira assinada há 39 anos, e tenho orgulho disso.

O trecho marca a dualidade da condição do colunista social: apesar de ser reconhecido como uma figura importante na sociedade, que circula nas altas rodas e dispõe

de prestígio e destaque, aquele que desempenha o ofício do jornalismo é também um trabalhador assalariado como qualquer outro.

Outro ponto passível de observações é a relação entre Thaís Bezerra e o empresário Antônio Carlos Franco, com quem a colunista manteve uma relação de amizade e mentoria. Na entrevista, o nome de Antônio Carlos é citado diversas vezes por Thaís, como comprova o trecho a seguir:

Eu procuro me renovar e eu aprendi isso com o saudoso Antônio Carlos Franco, empresário, que foi quem me convidou pra assumir o caderno com meu nome no Jornal da Cidade em 1981. Ele a cada semana me exigia: “se você fez 100 notas esta semana, na próxima eu quero 110, na outra eu quero 120, pra que você atinja mais gente, mais público, mais jovens, mais pessoas”. E eu fui aprendendo isso a cada ano quando trabalhei com a orientação dele. E mesmo depois que ele partiu, eu fiquei com esse aprendizado, que foi realmente um divisor de águas na minha vida como jornalista. Foi a exigência dele de melhorar e crescer a cada domingo.

As constantes citações demonstram que o vínculo entre Antônio Carlos Franco e Thaís Bezerra é algo do qual a colunista se orgulha e no qual se arvora. Ela evoca Antônio Carlos como uma espécie de guru, repetindo frases por ele pronunciadas como lemas de vida. Nas frequentes menções, Thaís Bezerra utiliza sempre o termo “empresário” para designar o amigo, além de sublinhar também o seu sobrenome. Com esta prática, a colunista recobre a figura de seu mentor com uma marca de distinção – que, por consequência, estende-se a ela própria. Para Thaís, Antônio Carlos cumpre não só o papel de padrinho profissional, mas também o de uma espécie de treinador responsável por lapidar seu talento e lhe fazer introjetar o ritmo e o traquejo do ofício.

Neste ponto, cabe sublinhar que a trajetória de Thaís Bezerra é consonante com a pontuação de Karina Cruz (2015) sobre o processo de profissionalização dos colunistas sociais. Segundo a autora, esses trabalhadores geralmente alcançam o reconhecimento de seus pares, do público e do mercado pelo acúmulo da prática e não necessariamente por uma formação técnica anterior. Sobre este aspecto, a própria entrevistada pontua:

Eu fiz faculdade de Química, porque aqui não tinha Jornalismo. Mas virei jornalista com o número de publicações no início da minha carreira, aos 19 anos.

Nesse sentido, a própria posição social de Thaís também contribuiu para que ela viesse a se tornar colunista, visto que este não era o objetivo inicial para sua carreira. As rodas sociais que Thaís frequentava na juventude e sua filiação – a colunista é filha do bancário Álvaro Bezerra, um dos fundadores do Iate Clube de Aracaju, e cresceu como parte do círculo social construído neste espaço – tornaram possível que ela fosse convidada

a desempenhar a função de assinar e conduzir uma coluna social posteriormente, ao menos como porta de entrada.

Ainda sobre o papel desempenhado por Antônio Carlos Franco na vida de Thaís Bezerra e por ela ressaltado, é cabível pontuar que tal relação desloca a noção anteriormente mencionada da colunista enquanto *self made woman*. Esta afirmação baseia-se no fato de que a construção do status profissional e social de Thaís passou pela intervenção direta do empresário como figura masculina, como será destacado no bloco adiante.

## II. Mulheres

Neste bloco de perguntas, o principal objeto de investigação é a visão da colunista sobre a imagem das mulheres apresentadas na publicação. A predominância de personagens femininos nas fotografias de capa e contracapa do caderno foi uma das observações pontuadas, a qual Thaís Bezerra justifica com base em uma suposta adesão maior entre as mulheres colunáveis:

Eu comecei a colocar as meninas da sociedade na capa de biquíni. (...) Mas eu botava às vezes alguns rapazes que eram assim os mais badalados da sociedade, que faziam esporte, etc. Mas os homens às vezes ficam reticentes quando eu peço pra botar uma foto na capa. (...) Acho que é mais assim porque os homens mesmo não gostam. Outro dia eu fiz com um amigo meu, uma foto que eu peguei dele, que ele faz triatlo. A capa ficou perfeita. Fiz toda a montagem, a diagramação, mandei pra ele e ele falou: “não tô preparado, não dá pra botar essa foto que eu não sei o que é que meus amigos vão dizer”. Eu digo: “que você é um atleta. A foto tá perfeita!”. Bela, ele saindo do mar, todo com aquela roupa de neoprene. Uma foto muito legal, e ele não deixou botar, ficou todo acanhado. “Ai, nunca pensei nisso e tal”. E eu não publiquei. (...) Não é uma coisa que eu faça porque eu queira, botar só mulheres, ou brotos, ou meninas de 15 anos, ou crianças lindas. É porque os homens ficam acanhados mesmo. Timidez, acredito.

Ao ressaltar em seu comentário a rejeição dos homens à ideia de terem suas imagens expostas na capa de uma coluna social – espaço historicamente marcado pela vinculação a públicos femininos e a conteúdos considerados secundários dentro dos jornais –, Thaís Bezerra traz à tona, de forma não intencional, a noção implícita de naturalização da exposição dos corpos de mulheres. O fato de homens não se sentirem “à vontade” para figurar nas capas das colunas está relacionado à potencial reprovação social de seus pares e ao questionamento de suas masculinidades.

Sobre este tópico, a filósofa e historiadora francesa Elisabeth Badinter ressaltava a importância dos pares na constituição das identidades masculinas. Para a autora, os pares funcionam como reguladores e validadores das condutas do homem em busca da

construção do status de “homem verdadeiro” – o que exclui quaisquer elementos identificados com o “feminino”, desde a infância. Afirma Badinter: “São principalmente rapazes mais velhos ou homens adultos que se ocupam da masculinização dos mais jovens. Iniciado por um mentor ou pelo grupo dos veteranos, o jovem entra no mundo dos homens pela graça de outros que não são o seu genitor” (1993, p. 70).

Ainda na mesma resposta da qual o trecho acima foi extraído, Thaís Bezerra menciona casos pontuais em que homens concordaram com a aparição de suas fotografias nas capas do caderno.

às vezes eu faço homenagens, né? Como a última dessa semana, com o empresário Walter Franco, que é da família que eu trabalho (*sic*) há 39 anos. Ficou muito feliz, porque também saiu a foto do pai dele. Era uma foto do meu arquivo, nem a família tem essa foto original. Eu tinha e ficou muito interessante. O ex-governador Augusto Franco no quadro, que é na casa de Walter Franco essa foto, e Walter Franco embaixo. (...) já saiu na capa foto do dono do São Lucas, que ele permitia, pelo trabalho na área da saúde.

Citados como exceção, os dois casos demonstram como a exposição de figuras masculinas segue uma lógica completamente diversa daquela aplicada a mulheres. Na capa com o empresário Walter Franco, a aparição ocorre em um contexto de homenagem, em que o fotografado se apresenta como herdeiro do legado de seu pai falecido. A imagem, portanto, carrega o sentido simbólico de reforço ao brasão da família e do fortalecimento dos marcos patriarcais.



**Figura 55 - Capa da edição de 16 a 18 de maio de 2020 do caderno Thaís Bezerra**

No caso do “dono do São Lucas” – inferimos aqui tratar-se do médico José Augusto Barreto, falecido em 2017 –, a aparição acontece no contexto de trabalho, enfatizando a figura do fotografado como provedor e homem bem sucedido. Neste ponto, é conveniente

retomar as discussões apresentadas por Hirata e Kergoat (2007) sobre a divisão sexual do trabalho e a designação prioritária de homens à esfera produtiva.

As autoras afirmam que este modelo de divisão do trabalho é baseado nos princípios da separação e da hierarquização, de modo que não só existiriam funções especificamente direcionadas a homens como tais funções seriam reconhecidas como mais valiosas do que aquelas desempenhadas por mulheres. Nessa divisão tradicional, os homens – pensados como a figura do “trabalhador masculino, qualificado, branco” (HIRATA E KERGOAT, 2007, p. 598) – seriam incumbidos do papel de provedores, cabendo a mulheres o trabalho reprodutivo e doméstico. A apropriação por homens das funções com maior valor social adicionado também estaria configurada nesse modelo de divisão.

Abordando novamente a escolha de personagens para figurar nas capas do caderno Thaís Bezerra, a colunista reafirma a inexistência de critérios, como sublinha o trecho abaixo:

A gente coloca todo mundo. De qualquer idade, de qualquer credo, de qualquer cor, de qualquer raça, de qualquer opção sexual. Não há critério algum. Eu escolho pela pessoa. Às vezes fez um trabalho destacado, às vezes é um grande professor, uma grande professora, um grande médico, um grande profissional liberal, uma jovem que faz alguma novidade. Não há critério algum. A gente vai escolhendo o que vai “pintando” no momento (...).

Como já apontado, a suposta ausência de critérios mencionada por Thaís não pode ser comprovada pelas edições analisadas neste trabalho, uma vez que poucas capas/contracapas sinalizam alinhamento a uma proposta de diversidade ao retratar corpos e vivências – como evidencia a falta de casais homossexuais e a pouca incidência de personagens negras, por exemplo.

Algumas declarações da própria colunista contradizem a noção de ausência de critérios para aparecer na publicação. É o caso da frase a seguir, na qual Thaís lembra a ocasião em que a fotografia de uma de suas sobrinhas foi capa do caderno:

ela ficou muito feliz porque a foto ficou um espetáculo, parecia uma artista de cinema. Porque é loira, muito bonita, bem magrinha.

A fala da colunista deixa explícita sua aderência a uma visão colonial, que considera bonitas características identificadas com o padrão hegemônico: a magreza e os cabelos loiros. Tal filiação se acentua no uso da expressão “artista de cinema”, marcando a ideia de que a coluna reproduz uma lógica estética já posta na mídia hegemônica, atribuindo a um número bastante limitado de corpos e tipos físicos o título de belos.

Cabe pontuar que os valores que guiam processos tais como o de nomeação dos corpos são construídos socialmente de forma horizontal e multidirecional, segundo uma lógica de naturalização e aceitação. Nesse sentido, retomamos as palavras de Stuart Hall (2003) sobre a obra de Antonio Gramsci a respeito da construção dos domínios hegemônicos. De acordo com Hall, o “domínio não é simplesmente imposto”, mas “resulta da conquista de um grau substancial de consentimento popular”, (HALL, 2003, p. 312).

Ainda baseado em Gramsci, Hall pontua que as chamadas “classes subalternas e dominadas” estariam situadas nos mesmos blocos sociais que os grupos que as lideram, compondo uma mesma “constelação social”. Sua posição de subordinação se deveria, portanto, a uma série de concessões. Aproximando esta imagem do exemplo do caderno Thaís Bezerra, seria cabível dizer que a atribuição de títulos a determinados tipos físicos não ocorreria sem a ciência e, em alguma medida, a anuência dos próprios corpos nominados.

Se o parâmetro para figurar na coluna segue apenas o gosto da colunista, e se a própria colunista deixa evidente que seu gosto se molda a partir dos modelos hegemônicos, é pertinente dizer que, diferentemente do que Thaís afirma, há sim um critério que guia a aparição dos personagens, e que este critério diz respeito ao alinhamento aos padrões normativos. O fato de os corpos atravessados pelos marcadores hegemônicos serem com mais frequência os que protagonizam as capas e contracapas do caderno Thaís Bezerra, de acordo com as edições analisadas neste trabalho, comprova a pertinência dessa observação. A própria colunista, inclusive, reconhece a existência de um padrão ao afirmar que

Às vezes a gente coloca uma menina que é mais forte, não é padrão de beleza, uma menina mais gordinha.

A fala, além de situar os corpos gordos fora do padrão de beleza, comprova o achado apresentado na parte quantitativa deste estudo: entre as 140 edições analisadas, apenas duas foram categorizadas como *Gordo* na categoria *Corpo*.

Em outro trecho da entrevista, Thaís Bezerra volta a abordar a escolha das fotografias e personagens que figuram nas capas e contracapas da coluna:

Tem gente que eu escolho porque tá bonita a foto, tá interessante. Acho que vai passar uma coisa positiva pras outras pessoas... Pra vaidade, pra autoestima, pro bem estar próprio. Então, acho que às vezes incentiva outras mulheres, outras jovens, uma foto bonita que a gente coloca na capa sem nenhum tema específico. Aí eu procuro realmente fazer um texto bem legal e que passe algo positivo, não apenas beleza. Beleza interior, sobretudo.

O excerto explicita que a colunista não considera apenas elementos estéticos na definição das imagens que abrem as edições. Apesar disso, a repetição de tipos e características físicas condizentes com um conceito de beleza específico e limitado demonstra que o aspecto estético é um elemento definidor no processo de escolha. Outra observação propiciada pelo trecho é a confirmação de que, em grande parte dos casos, não há um mote determinado em torno do qual se desenvolve o argumento da capa do caderno. O registro de casamentos e debutes, nesse sentido, serviria ao propósito de fornecer uma linha de condução “fácil” para o desenvolvimento das capas.

Mais um trecho que sinaliza a existência de elementos que guiam as escolhas das imagens de destaque do caderno, desta vez para além dos atributos estéticos, está exposto a seguir:

Não tem tipo algum pra sair na capa. Nem de mulher, nem de jovem, nem de criança. É o meu olhar. Às vezes eu tô zapeando aqui na internet, vejo uma foto interessante... Como eu botei agora, recentemente, na capa, uma mãe com dois filhos em cima de um cavalo. Ela faz esporte com os dois filhos. Eu achei que era um tema legal pra crianças que às vezes ficam o dia todo no computador, o dia todo no celular, trancadas no quarto. Pra sair, pros pais olharem aquele exemplo ali daquela mãe com dois filhos em cima de um cavalo fazendo hipismo, né? Acho que foi muito bacana. Então eu vou tentando buscar algo novo pra botar na capa sem ter nenhum olhar pra o tipo da pessoa.

A partir da menção ao hipismo, esporte praticado em sua maioria por um público elitista, a passagem explicita a existência de um marcador de classe como embasamento na seleção dos personagens que aparecem nas capas/contracapas da coluna. Novamente se desfaz, portanto, o argumento da colunista sobre a inexistência de critérios, uma vez que, para além das questões apontadas pela colunista, o aspecto econômico é um vetor que direciona os personagens e assuntos que aparecem na publicação.



Figura 56 - Capa da edição de 09 a 11 de maio de 2020 do caderno Thaís Bezerra

Apesar da predominância de capas/contracapas que sinalizam a concordância e a filiação a um discurso normativo no caderno Thaís Bezerra, há que se pontuar a existência de exceções. Na entrevista, a colunista conta um desses casos:

Uns três anos atrás, acredito, eu botei uma capa lindíssima que um amigo meu fez e mandou. “Oh, Thaís, fiz essas fotos lindas”, de um casal de mulheres que tinha casado. E uma delas era casada, tem um filho. E eu publiquei na capa, uma foto mega ousada e muito linda esteticamente. Minha filha, foi uma confusão. O ex-marido da mulher ligou pro diretor do jornal. (...) O diretor do jornal falou que ele procurasse um advogado, porque não tinha nada demais a foto. A dona da foto autorizou, que era a ex-mulher dele, e ele se entendesse com o advogado se ele quisesse acionar o jornal, porque ele iria perder. (...) Só pra falar sobre essa capa, que foi uma loucura na cidade. Um casal de mulheres muito bonitas, e foi um “bafafá”. Porque eu apoio todo mundo, todas as causas eu tô de junto. Acho que o amor é um caminho, sempre.

O fato de a imagem de um casal homossexual ter resultado em uma repercussão negativa para o caderno torna possível visualizar potenciais entraves à publicação de conteúdos que versem sobre visões e vivências não-hegemônicas, contribuindo para que a coluna se mantenha quase inalterada do ponto de vista discursivo ao longo dos anos. Para manter-se atrativo aos “leitores fiéis” e aos parceiros comerciais, o caderno se exime de questionamentos aos padrões normativos.

Cabe a ponderação de que, apesar da inalteração do discurso normativo percebido na coluna, a publicação de uma capa que apresenta um relacionamento lésbico representa uma ruptura notável. Ainda que pontual, a capa traz a presença de identidades que, em geral, não habitam espaços que lhes garantam visibilidade e status de corpos e modos de vida legítimos – a exemplo das colunas sociais. Nesse sentido, a escritora e feminista radical estadunidense Adrienne Rich afirma que o reforço à heterossexualidade compulsória e a consequente interdição da possibilidade lésbica são formas de manutenção do controle dos corpos de mulheres.

Quando nós encaramos de modo mais crítico e claro a abrangência e a elaboração das medidas formuladas a fim de manter as mulheres dentro dos limites sexuais masculinos, quaisquer que sejam suas origens, torna-se uma questão inescapável que o problema que as feministas devem tratar não é simplesmente a “desigualdade de gênero”, nem a dominação da cultura por parte dos homens, nem qualquer “tabu contra a homossexualidade”, mas, sobretudo, o reforço da heterossexualidade para as mulheres como um meio de assegurar o direito masculino de acesso físico, econômico e emocional a elas. Um dos muitos meios de reforço é, obviamente, deixar invisível a possibilidade lésbica, um continente engolfado que emerge à nossa vista de modo fragmentado de tempos em tempos para, depois, voltar a ser submerso novamente. (RICH, 2012, p. 34-35)

Apesar de significar em alguma medida um rompimento à invisibilidade pontuada por Rich, a capa que apresenta o casal lésbico, em outro sentido, acaba por reforçar os



padrões normativos. Isto porque os corpos que protagonizam a capa em questão são marcados por diversos elementos referenciados por um olhar hegemônico: pele branca, biotipo magro, postura e vestuário que favorecem a exposição estética.



Figura 57 - Capa da edição de 08 a 10 de abril de 2017 do caderno Thaís Bezerra

O fato de uma mesma peça servir de exemplo tanto para a ruptura de padrões normativos quanto para seu reforço relaciona-se com a noção destacada por Kathryn Woodward (2014) de que, no processo de diferenciação que envolve a afirmação das identidades, algumas diferenças são apagadas. No caso da capa de abril de 2017, a diferença representada pela sexualidade não-normativa pode ser omitida do processo de afirmação da identidade das personagens como colonáveis, desde que não haja outras diferenças (como o biotipo, a cor da pele, as vestimentas, etc.) que tornem a identidade desses corpos passível de marginalização e invisibilização.

Posteriormente, a colunista destaca uma vez mais sua responsabilidade sobre todas as etapas de produção do caderno, evocando novamente o que denominamos como status de *self made woman*. Tal status, inclusive, extrapola as relações profissionais e domina as próprias relações pessoais de Thaís Bezerra:

Eu venci sozinha. Eu nunca tive marido assim pra dizer “vai fazer isso ou não vai”. Eu vivi com dois homens, um do Chile outro do Japão, e sempre fui muito independente como mulher. E sempre tentei passar isso no meu trabalho, com muita responsabilidade, com muita postura. E sempre fui muito respeitada e muito acreditada em tudo que eu escrevia, porque eu aprendi uma frase que eu nunca vou esquecer com o empresário Antônio Carlos Franco, o dono do jornal, que já faleceu. Que é irmão de Albano, filho de Augusto Franco, etc. E que é pai de Marcos Franco, que toma conta do jornal hoje. Ele um dia disse a mim: “Thaisinha, você escreva tudo no seu caderno. Menos sobre mim, sobre meu pai e minha mãe, que não gostam de aparecer. Mas se for até com um irmão meu, sendo verdade, pode botar no seu jornal”.

É sintomático que, ao falar de seu processo de autoconstrução como mulher e profissional, Thaís Bezerra estabeleça uma correlação direta com a imagem de um homem, chegando a mencionar a própria genealogia desta figura masculina. Apesar de entender-se como alguém independente, Thaís coloca-se em posição de subalternidade ao recobrir-se com a imagem de diversos homens, ficando à sua sombra. Como agravante, a colunista baseia sua descrição na memória de uma ocasião na qual sua ética e sua dinâmica profissional foram submetidas a uma lógica de controle e poder, quando Antônio Carlos Franco direcionou a extensão do conteúdo por ela produzido.

A mencionada posição de subalternidade ocupada por Thaís Bezerra nessa dinâmica também se relaciona com os apontamentos de Hall (2003) sobre a construção dos domínios hegemônicos, citada acima. O consentimento da colunista – que ocorre de forma tácita e nem sempre consciente – ao sistema de poder onde está inserida se baseia também em uma estratégia de reconhecimento profissional: valer-se de figuras masculinas pode lhe propiciar acessos à esfera produtiva, desestabilizando a tradicional divisão sexual do trabalho (HIRATA E KERGOAT, 2007).

Adiante, a colunista comenta os processos de transformação social nos quais o caderno Thaís Bezerra esteve envolvido ao longo dos anos. Como exemplo, a colunista cita o trabalho da Associação Sergipana dos Cidadãos com Síndrome de Down (Cidown), o qual apoia anualmente com a reserva de um espaço de divulgação em sua coluna e com a realização de ensaios fotográficos com as crianças e seus responsáveis. As fotos são publicadas na capa do caderno, o que Thaís considera um “avanço” pelo fato de que “antigamente os pais tinham vergonha de sair com seus filhos que tinham síndrome de Down”.

A aparição de pessoas com síndrome de Down também aponta um deslocamento discursivo na coluna assinada por Thaís Bezerra, propiciando visibilidade a identidades que, em geral, são distanciadas dos espaços de poder.



**Figura 58 - Capa da edição de 17 a 19 de março de 2018 do caderno Thaís Bezerra**

**Figura 59 - Capa da edição de 16 a 18 de março de 2019 do caderno Thaís Bezerra**

Em outro aspecto, Thaís Bezerra fala sobre as mudanças sociais relacionadas à aparição de mulheres em posição de destaque nas colunas por ela assinadas:

Eu acho que a gente vai vendo mudanças mesmo. Mudanças de pensamento, de postura, de liberdade. Porque, às vezes... Naquela época que eu comecei, 78, 79, eu botava os brotos, né? (...) E os maridos às vezes não deixavam, né? A mulher sair na capa, ou sair bonita, né? Era uma coisa bem difícil. Ainda tinha um pouco de preconceito dos homens machistas de Sergipe. Mas eu acho que eu fui quebrando muitos tabus nessa cidade. (...) E, então, foi modificando a mente dos homens, né? A gente botava uma mulher na capa, às vezes uma mulher que fazia um trabalho solidário de filantropia, então eu fui começando a fazer isso décadas atrás e foi quebrando esse tabu dos maridos proibirem mulheres de saírem bonitas na capa de TB e tal. E acho que hoje é bem normal. Todo mundo permite, não se incomoda, fica feliz de ver a mulher bonita, ou a namorada, ou a noiva, ou a mãe, e aí vai. Foi assim uma mudança de atitude mesmo. Eu, sempre um pouco ousada, fui tentando, tentando, e conseguindo.

Thaís Bezerra percebe e identifica o machismo, atentando para o fato de que ele impacta diretamente na vida das mulheres que são personagens de sua coluna e, por conseguinte, na produção do seu conteúdo. Ela apresenta, inclusive, a visão de si própria como agente de mudança nesse contexto, afirmando que seu trabalho influenciou uma transformação social ao longo dos anos em direção a uma abertura de possibilidades de aparição para mulheres. Apesar dessa ciência, a colunista não se aprofunda em sua percepção sobre o machismo, ignorando a noção de que a exposição dos corpos femininos<sup>33</sup>

<sup>33</sup> Neste texto, o termo “corpo feminino” é por diversas vezes utilizado de forma intercambiável aos termos “corpos de mulheres” ou mesmo “mulheres”. Tal uso tem o mero propósito de trazer maiores possibilidades vocabulares à escrita, evitando repetições. Reconhecemos, no entanto, que a expressão pode suscitar vícios de interpretação ao evocar a percepção de corpos marcados por uma pretensa “feminilidade” enquanto atributo artificial do gênero. Aqui, “corpos femininos” refere-se aos corpos de sujeitos lidos socialmente como pertencentes à categoria “mulher”. A mesma noção se aplica no texto a expressões como “figuras femininas” (leia-se “figuras de mulheres”), “personagens femininos” (leia-se “personagens mulheres”) e outros correlatos. Nesse ponto, é imperativo destacar que a própria categoria mulher é um conceito instável e

em um viés puramente estético exercida em sua coluna dá margem para que esse mesmo machismo opere.

Nesse sentido, apesar de ver-se como agente de mudança social, Thaís acaba comportando-se também como reprodutora e guardiã das premissas da realidade que afirma mudar. No próprio trecho, por exemplo, a colunista apresenta um discurso atravessado por estereótipos de gênero ao relacionar um “trabalho solidário de filantropia” a mulheres. A frase oculta a visão de que cabe a mulheres o papel social do cuidado e da abnegação, relacionando-se à noção outrora mencionada da divisão sexual do trabalho proposta por Hirata e Kergoat (2007). O envolvimento de Thaís Bezerra como apoiadora da Cidown, citado acima, demonstra que a própria colunista busca estar alinhada a esse papel social.

Na seção a seguir, a visão de Thaís Bezerra em torno de sua própria persona será aprofundada, com foco nas percepções acerca do seu trabalho como colunista social.

### **III. Autoimagem**

Neste terceiro e último bloco de perguntas, a visão de Thaís Bezerra sobre si mesma no contexto de seu trabalho como colunista é o foco dos questionamentos. Esta seção apresenta a única resposta do roteiro fornecida no formato de texto escrito – relacionada à primeira pergunta do bloco, que indaga se a colunista se vê também como colunável. As demais perguntas, como já explicado, foram respondidas por meio de áudios.

Sobre o potencial status de Thaís Bezerra como personagem de sua coluna, a entrevistada sintetiza:

me “tornei colunável” pelo carinho dos verdadeiros colunáveis.

Antes de chegar a essa conclusão, no entanto, Thaís constrói uma narrativa em torno de sua trajetória de vida e suas relações pessoais, rememorando inclusive o período anterior ao início de sua carreira como colunista. Diz ela:

Quando iniciei meu trabalho em 1978, o perfil da coluna “Gente Jovem” era a brotolândia de Aracaju, pela minha boa relação com os jovens da sociedade que frequentavam o Iate Clube (onde cresci fazendo esportes à vela, incentivada por meu pai, que era velejador e foi um dos fundadores do Clube da 13 de Julho, e chegou a ser campeão Nordeste de Snipe na década de 50. O único a conquistar esse título em Sergipe). E cresci nesse ambiente de festas e badalação da alta

---

passível de críticas, tendo sido construído sob uma lógica fundante que, apesar de se propor universal, é ocidentalizada e situada no norte global, forjada em torno de uma ficção biologizada e biologizante.

sociedade. Mas éramos classe média, muito felizes e bem relacionados. Eu, meus pais Álvaro e Juju Bezerra, e as três irmãs Tamar, Tânia e Tanit. Foi lá, no ICAJU, em um ensolarado domingo, chegando de um passeio de jangada da Atalaia Nova com meu pai, a irmã caçula e uma amiga, que recebi o convite de Jorge Lins, assessor do editor chefe da Gazeta de Sergipe Ivan Valença, para escrever no jornal. O Iate era o grande point da época e eu vivia lá nos finais de semana. Era muito comunicativa e me dava bem com todo mundo.

O trecho denota a consciência de Thaís Bezerra sobre o fato de ter frequentado na juventude os mesmos ambientes nos quais os potenciais colunáveis – de hoje e de outrora – circulavam, formando-se como alguém “bem relacionado” pelo seu contato habitual com personagens da elite sergipana. A menção aos esportes à vela, até hoje considerados uma prática elitizada, serve de ilustração a esse ponto. Nesse sentido, é possível estabelecer uma ponte com a prática do hipismo referida na seção anterior.

Tanto o hipismo quanto o iatismo são atividades cujas práticas essenciais – andar a cavalo ou conduzir uma pequena embarcação, respectivamente – fazem parte do cotidiano das camadas menos abastadas da sociedade, a exemplo dos trabalhadores rurais e dos pescadores. Essas mesmas atividades, ao serem incorporadas por grupos sociais privilegiados, são recobertas de uma série de elementos que, além de lhes conferir o status de esporte, transformam-nas em hábitos elitistas. Em ambos os grupos, os códigos de linguagem, equipamentos e vestimentas associados a essas práticas garantem-nas, em alguma medida, um papel ritualístico. Esses rituais, no entanto, embora se baseiem nas mesmas práticas essenciais, são empreendidos, lidos e categorizados socialmente de formas completamente diferentes.

Continuando a narrativa que baseia sua resposta, Thaís Bezerra relembra uma situação ocorrida em seu primeiro ano como colunista social:

No primeiro ano de colunismo, após ser processada arbitrariamente por uma autoridade da época, acatei a sugestão da minha saudosa mãe Juju Álvares Bezerra e coloquei 01 foto minha na capa do caderno quando fui condenada injustamente. (...) Na época fui criticada por outros colunistas por essa atitude: colocar 01 foto minha na capa. Ideia que posteriormente foi copiada pelos colunistas sociais (que) até os dias de hoje o fazem. Depois desse buchicho da minha foto na Capa, para desabafar sobre a condenação injusta no processo, resolvi fazer anualmente um Caderno Especial com os destaques do ano (sempre em janeiro) com foto minha na Capa. Virou tradição! E acho que incentivei outras jovens e mulheres a fazerem fotos para que publicasse na Capa. Eu era vanguarda e corajosa, ia quebrando tabus, sempre orientada e amparada pela minha família, na prazerosa e espinhosa missão do colunismo social. Sempre gostei das pimentas, do molho na nota, época da ditadura, com notas cifradas que davam o que falar... e depois que meu trabalho foi ficando mais sólido, terminei virando um personagem que recebia convite para tudo.

A história explicita dois aspectos da imagem que a colunista constrói sobre si mesma. O primeiro deles é o pioneirismo, já que Thaís faz questão de demarcar o fato de ter sido a primeira entre seus pares a autorreferenciar-se em uma fotografia de capa. As duas imagens a seguir, que integram o *corpus* de análise deste trabalho, são exemplos de edições nas quais Thaís Bezerra foi personagem de capa em sua própria coluna.



Figura 60 - Capa da edição de 01 e 02 de janeiro 1984 (A136) do caderno Thaís Bezerra  
 Figura 61 - Capa da edição de 28 a 30 de dezembro de 1991 (B156) do caderno Thaís Bezerra

Outro aspecto está relacionado à justificativa de suas ações. Ao reconhecer o fato de ter “cruzado” uma suposta linha profissional ao chamar atenção para si mesma na capa, a colunista sente a necessidade de contextualizar sua atitude para evitar possíveis interpretações negativas de seus interlocutores. Cabe pontuar que a prática de publicar fotos próprias era comum entre colunistas sociais em outros contextos regionais – como exemplifica a imagem abaixo, do eixo Rio-São Paulo –, de modo que Thaís pode tê-la trazido para o contexto sergipano sob referência externa.

Isto posto, vale a ponderação de que as fotos de colunistas de outras regiões eram geralmente contextualizadas em eventos ou entrevistas exclusivas com personalidades, visando demonstrar sua rede de relacionamentos e competência profissional, e não fotos produzidas de si, autocentradas, como as de Thaís. Outra observação é a de que, no eixo Rio-São Paulo, as colunistas mulheres sempre foram minoria: Hildegard Angel, no Rio de Janeiro, e Joyce Pascowitch, em São Paulo, continuam sendo exceções.





**Figura 62 - Imagem retirada da página de Ibrahim Sued no Facebook.**  
**A legenda da publicação diz: “Coluna Ibrahim Sued no jornal Diário de Notícias, 3 de outubro de 1966. IS, a ‘Glamour Girl’ Patrícia Brito Cunha Engenkel e o ídolo Roberto Carlos”. (Disponível em: <https://bit.ly/3gkbXvD>. Acesso: 21 ago 2020)**

A necessidade de justificar-se demonstrada por Thaís Bezerra ao expor sua própria imagem pode estar relacionada a um sentimento de preservação da modéstia feminina. A manobra busca afastar possíveis atributos de vaidade e/ou egocentrismo por atrelar as autorreferências a uma narrativa de superação e tradição, amenizando em alguma medida o já mencionado status de *self made woman*.

Nesse sentido, a valorização do trabalho desempenhado por homens que estrutura a divisão sexual do trabalho (HIRATA E KERGOAT, 2007) explicaria o fato de que, ao acessar espaços de poder comumente ocupados por homens, mulheres tendem a zelar por sua imagem e comportamento a fim de serem aceitas. Convém salientar que a ideia de acesso a espaços de poder por mulheres contempla, em geral, corpos brancos, cisgênero, não periféricos, de classe média ou acima. A própria noção da divisão sexual do trabalho compreende a ideia de transferência das tarefas domésticas e familiares por mulheres em situação de privilégio a outras mulheres em condições sociais menos favoráveis.

O acesso à esfera produtiva por determinados grupos de mulheres privilegiadas – alcançado por profissionais liberais e outras mulheres consideradas “independentes” – não garantiria sua desincumbência das funções reprodutivas. Assim, para assumir trabalhos fora do contexto doméstico e familiar, essas mulheres necessitariam incorporar uma dinâmica de conciliação ou delegação com o suporte de outras mulheres.

Thaís também credita aos pares o fato de ter se tornado uma colunável, mostrando que tal status decorre de um processo de reconhecimento e legitimação. É desse mesmo

processo, segundo a colunista, que advém sua posição de influenciadora e formadora de opinião, como sublinha o seguinte trecho:

Eu acho que a gente influencia um pouco [a forma de ser dos leitores] pelo lado que cada um olha a gente. É o olhar do outro, não sou eu que vou dizer que influencio.

Questionada sobre a conquista de espaços majoritariamente ocupados por homens, como o da política e o dos negócios, Thaís Bezerra afirma que, inicialmente, não abordava tais temas em sua coluna.

Eu fui conquistando aos poucos, crescendo como profissional. Eu comecei muito nova, não falava de política. Minha coluna era só mesmo sociedade, ambientes de festa, de alegria, de esporte, de lazer, de cultura, né? Mas política eu não falava. Eu comecei a fazer uma coluna política três anos após ter iniciado minha carreira como jornalista quando fui para o Jornal da Cidade. (...) criamos uma página política sob orientação do dono do jornal que foi meu grande mentor profissional, (...) que é Antônio Carlos Franco. (...) E aí foi que a gente começou a falar sobre política. Ele tinha aquela coluna assim como a “menina dos olhos” dele. A coluna só era publicada quando ele lia tudo. Eu comecei a me entranhar no meio político. Conversar com políticos, conversar com amigos jornalistas da área política, com empresários e amigos também envolvidos na política e comecei a ter uma rede de relacionamentos muito forte e de muito respeito pela minha postura como mulher, como profissional.

Pelo trecho, fica perceptível que a incursão de Thaís Bezerra no cenário da política ocorreu sob a chancela de Antônio Carlos Franco. Embora a colunista não deixe explícito o que motivou a escolha de não abordar temas como política e economia antes de entrar no Jornal da Cidade, é possível inferir que a mentoria de Antônio Carlos tenha sido decisiva para que ela viesse a circular nos espaços de poder e, nos termos de Hirata e Kergoat (2007), acessar as esferas produtivas. Após este processo de aquisição de confiança, a colunista veio a alcançar a credibilidade e legitimidade almejadas. A influência do mentor se mostra ainda mais acentuada no trecho seguinte:

Eu, mesmo jovem, fui muito orientada por Antônio Carlos. “Ah, teve um convite para ir não sei onde, vão todos os colunistas”. Ele dizia: “você não vai, isso não é ambiente pra você ir”. Os outros colunistas da época eram bem mais velhos que eu. Ele dizia: “depois você vai saber o que é que houve nessa reunião, que alguém vai lhe informar”. Então ele foi me orientando assim mesmo, passo a passo, para obter informações políticas, mas sem estar envolvida em determinados ambientes políticos.

O cerceamento da intuição profissional de Thaís Bezerra por Antônio Carlos Franco expresso no excerto deixa espaço para que a relação entre ambos seja interpretada não por uma lógica de orientação apenas, mas também por uma ótica de exercício de poder que se estrutura nas relações de gênero. A passagem também evidencia as barreiras enfrentadas



pela colunista para adentrar os espaços de poder e conquistar o reconhecimento de seus pares e dos atores que integram tais cenários, a exemplo dos próprios políticos.

Nesse sentido, as relações de amizade são mencionadas pela entrevistada como uma chave de acesso aos espaços de poder. Os contatos profissionais iniciais, segundo Thaís, transformaram-se ao longo dos anos em vínculos afetivos que lhe proporcionaram diversas oportunidades.

Na área empresarial, eu fui galgando espaços como profissional, né? De credibilidade, de muita ética, e fui fazendo grandes amizades com os maiores empresários de Sergipe. Os médios, os micro e os pequenos, de todas as áreas e níveis de empresas. E também a gente fazia um trabalho de amizade. Eu fui conquistando empresas que apoiavam meu caderno, que patrocinavam meu caderno, mas acabei conquistando amigos.

Como sublinha Karina Cruz (2015), as amizades e as relações estreitas com figuras proeminentes na sociedade funcionam como estratégias de manutenção aos colunistas sociais. No mesmo sentido, Gonçalves (1999) comenta que os laços afetivos entre colunistas e empresários, mais do que as relações comerciais, definem a lógica publicitária nas colunas sociais. Ainda no contexto das relações com empresários, Thaís Bezerra destaca:

Nunca... Vou lhe dizer uma coisa bem íntima. Nunca recebi uma cantada, um assédio, como profissional do jornalismo. Como Thaís, pessoa física, às vezes alguém manda uma notinha assim: “ah, como você tá linda, como você tá bonita, cada dia mais gata”. Mas dizer assim que eu tive um contato profissional para o Jornal da Cidade, para o Caderno Thaís Bezerra, e recebi uma cantada? De ninguém.

A menção espontânea ao assédio demonstra o fato de este ser um obstáculo comum na vida profissional de mulheres, em especial jornalistas. Conduzida pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e pela plataforma de jornalismo independente Gênero e Número com o apoio do Google News Lab, a pesquisa<sup>34</sup> Mulheres no Jornalismo Brasileiro (2017) evidencia que os casos de assédio são uma realidade no cotidiano das profissionais do Jornalismo no Brasil. A pesquisa foi respondida por 477 mulheres em 271 diferentes veículos de mídia brasileiros.

Os resultados do estudo apontam que 70,4% das respondentes admitiram já ter recebido “cantadas” que as deixaram desconfortáveis no exercício da profissão, e que 70,2% já presenciaram ou tomaram conhecimento de uma colega sendo assediada em seu ambiente de trabalho. Entre aquelas que afirmaram ter recebido cantadas, 46,3% as

<sup>34</sup> Disponível em: <<https://www.mulheresnojornalismo.org.br/>>. Acesso em: 23 set 2020.

creditam a colegas homens, enquanto 36,9% dizem ter sido cantadas por fontes homens. No comparativo, 1,3% informaram ter sido cantadas por fontes mulheres, e 1% por colegas mulheres.

Ainda sobre a menção espontânea de Thaís às práticas de assédio, tal medida denota também uma tentativa da colunista de ressaltar seu profissionalismo. Fazendo questão de afirmar o estabelecimento de um limite entre questões profissionais e pessoais, Thaís deixa implícita a ideia de que sua postura seria a razão pela qual não teria sido assediada ao longo da carreira. Tal noção demonstra um ponto de vista problemático em relação ao assédio, uma vez que atribui aos possíveis alvos a exigência de um suposto “posicionamento adequado” frente aos potenciais agressores e corrobora a cultura da culpabilização da vítima.

Outra ênfase espontânea foi dada pela entrevistada à importância da checagem de informações e à emergência de notícias falsas no processo de produção e apuração de conteúdo, representando uma mudança no desempenho do ofício jornalístico ao longo de sua extensa carreira. Nesse sentido, as já mencionadas relações de amizade servem também ao propósito de facilitar a verificação de dados e fatos.

hoje eu checo tudo que alguém me manda. Porque às vezes tem gente que gosta de mandar uma nota pra uma intriga, pra uma briga ou pra um interesse pessoal. (...) no ambiente jornalístico existe muita gente que “planta”, né? Sobretudo agora, que todo mundo tem assessor. (...) eu continuo muito respeitada e com muita credibilidade no mundo político porque sou muito bem informada. E não frequento a Assembleia [Legislativa], não frequento rodas de políticos, casas de políticos. Eu tenho bons informantes e muitas relações nessa área, e muitos amigos também.

Adiante, Thaís Bezerra responde sobre o autorreconhecimento de seu trabalho como uma vitrine de produtos, serviços e pessoas, e sobre sua função como formadora de opinião. Novamente, a colunista demonstra consciência dos papéis por ela desempenhados, atribuindo-os ao seu próprio esforço e ressaltando, portanto, seu status de *self made woman*. Nesse aspecto, a entrevistada salienta seu próprio traquejo no sentido de buscar o equilíbrio ao lidar com a personalidade e os interesses de tantas pessoas.

Me sinto (*sic*) uma formadora de opinião pelo trabalho que eu faço há 42 anos, um trabalho que eu procuro sempre aprimorar a cada dia. Eu nunca me acomodei. E também devo a Antônio Carlos Franco, que exigia de mim crescer. Crescer com responsabilidade, crescer com informação, e, acima de tudo, com verdade. (...) Então eu cresci com essa credibilidade perante os meus leitores e a sociedade sergipana. Acho que é uma vitrine sim, até nos dias de hoje, porque eu vejo como sou procurada durante a semana inteira por várias pessoas de vários segmentos pra colocar uma nota, uma foto, uma entrevista, um destaque... E isso me gratifica muito, porque não é fácil trabalhar 42 anos no mesmo segmento. Um

segmento delicado, que mexe com o ego das pessoas, com a vaidade, às vezes até com algumas coisas difíceis que as pessoas passam, que a gente tem que registrar.

Em contraponto, Thaís Bezerra não deixa de reconhecer a relevância de diversas pessoas em sua trajetória e de demonstrar gratidão a elas, a exemplo de Antônio Carlos Franco, das fontes que lhe procuram “durante a semana inteira” e dos patrocinadores, informantes e colegas que se tornaram amigos. Em comum, todas essas figuras desempenham uma função afetiva para a colunista, o que torna possível identificar o afeto como uma característica da carreira de Thaís no colunismo social. Mesmo admitindo que a natureza do seu ofício está relacionada ao incômodo de determinados personagens em certos momentos, a colunista constrói sua imagem a partir do afeto.

Eu tenho uma postura diante da vida assim de muito respeito ao próximo, de muita humildade e de muito afeto. Eu trato todo mundo bem. Tem gente que diz assim: “ah, eu falo com colunista tal, ele vira a cara, nem fala comigo. Você fala com todo mundo na rua, e tanta gente fala que você é metida, que você é fútil, que você é muito vaidosa”. Eu falo: “eu não sou nada disso, eu sou normalíssima”. Eu adoro brincar, eu sou bem humorada, adoro fazer palhaçada. Eu sou normal e feliz na minha alma. E trato todas as pessoas como eu gostaria de ser tratada. Agora, no meu caderno, às vezes eu tenho que botar algumas notinhas que são “alfinetadas”, que são buchichos que incomodam as pessoas. Por isso que as pessoas me julgam às vezes como chata, como metida, como isso, como aquilo. Mas não me incomoda, porque eu tenho minha alma em paz com o trabalho que eu faço e como eu trato amigos, família e parceiros. Trato com o maior respeito, com a maior gratidão e com o maior profissionalismo que eu possa ter naquele momento. Aí eu acho que eu conquistei esse espaço também por isso. Pela minha postura como ser humano, como mulher, não só como jornalista, colunista social.

A construção do afeto percebida na fala de Thaís Bezerra estabelece uma chave interpretativa a respeito do colunismo social como atividade profissional. Marcado pelas relações afetivas e pela proximidade entre colunista, colunáveis, informantes, parceiros e patrocinadores, o colunismo social assume uma dinâmica que se contrapõe à do jornalismo tradicional, ao estilo *hard news*. Neste, o distanciamento entre jornalista, fontes e patrocinadores funciona como premissa, a fim de preservar os valores da imparcialidade e da verdade que alicerçam o ofício jornalístico. Essas noções ajudam a entender de que maneira Thaís produz conteúdos sobre política sem frequentar ambientes como a Assembleia Legislativa, por exemplo. A informação chega à colunista através de informantes amigos – entre os quais os próprios políticos, como ela mesmo menciona.

Outro aspecto abordado por Thaís Bezerra na entrevista são as contradições da profissão. Ao mesmo tempo em que reconhece seu papel de influenciadora e o status que isto lhe confere, a colunista ressalta as dificuldades do cotidiano e se coloca também em uma posição ordinária de trabalhadora. Nesse sentido, o segredo para a manutenção de sua

extensa carreira e para a superação dos desafios cotidianos estaria em um suposto chamado vocacional.

Eu acho que o que eu faço como profissional inspira algumas pessoas que dizem até pra mim: “eu fiz jornalismo porque eu vi que a gente pode vencer como jornalista”. Porque todo mundo diz assim que é uma carreira difícil, que é uma carreira que ganha muito pouco, e que é uma carreira espinhosa. Você trabalha dia e noite, né? Se você for repórter de um jornal, se você for repórter de uma televisão, se for redatora de uma agência, se você for assessora de imprensa, assessora de comunicação. É um trabalho que não para. Eu termino o caderno na sexta, no sábado eu já tô fazendo pesquisa de notícias, pesquisa de fotos, qual a capa que eu quero, qual é o foco que eu vou dar naquele próximo final de semana. A gente não para, a cabeça não para. Então eu acho que eu tenho leitores até hoje, muitos leitores graças a Deus, pelo trabalho sério que eu faço e de muita responsabilidade e amor. Eu tenho muita paixão pelo colunismo social. Já tive vontade até de parar, de encerrar, de descansar. (...) Eu sou uma pessoa muito positiva e acredito que a gente tá no mundo pra gente fazer alguma coisa. Se melhorar como pessoa, evoluir como ser humano, como família, como amiga, como profissional. Então é isso que eu busco diariamente, é a minha evolução espiritual. Sou ligada a um instituto que eu tenho o maior respeito, o maior carinho, que é o Instituto Salto Quântico. Sou voluntária, faço meu trabalho de voluntária em alguns bairros daqui. Não divulgo isso porque não há necessidade, tô contando apenas pra você. Me faz muito feliz, me edifica. Minha mãe era assim. Aprendi com minha mãe, com meu pai, e acho que a gente tem uma missão aqui na terra. E acho que a minha missão foi essa, né? De ser jornalista. Que foi por acaso. Eu queria ser arquiteta. Aqui não tinha faculdade, eu terminei caindo do céu (*sic*) na minha mão o convite pra ser colunista. Eu fazia Licenciatura em Química na Universidade Federal de Sergipe, depois abandonei, com dois anos e meio, porque eu já era uma colunista muito conhecida e comecei a sobreviver do meu trabalho e também como jornalista da Companhia de Saneamento de Sergipe, a Deso, onde estou até hoje, desde 1980.

Ao aliar sua relação com a espiritualidade e a caridade com a missão de ser jornalista, Thaís Bezerra desloca sua profissão para um patamar no qual o exercício jornalístico seria também uma forma de “fazer o bem”. Novamente, portanto, há um reforço à ideia do afeto como esteio do ofício de colunista social.

Também no trecho acima, a entrevistada relata manter ainda hoje um vínculo de trabalho iniciado em 1980 na Companhia de Saneamento de Sergipe (Deso) – fato que não havia mencionado até então e sobre o qual há raros registros públicos. Nesse sentido, é cabível inferir que, apesar de também constituir uma relação profissional duradoura, o trabalho na Deso não tem para Thaís a mesma função afetiva do trabalho desempenhado na coluna do Jornal da Cidade.

A afetividade construída por Thaís em torno do trabalho no colunismo social pode ser explicada ainda pelo fato de a sua figura como colunista confundir-se com o próprio conteúdo da coluna. O nome Thaís Bezerra representa uma marca que compreende não só a

subjetividade de uma pessoa, mas toda a extensão de seu legado profissional. Coluna e colunista são, portanto, indissociáveis, como denota o trecho seguinte.

isso me deixa muito muito muito feliz: de ter 41 anos de jornalismo, vou fazer 42 agora, e continuar lida e valorizada. Isso eu acho que é o melhor do mundo. É a gente ser reconhecida pelo que faz com tanto amor, paixão, carinho e espinhos também.

Ao trazer para si os mesmos verbos aplicados à coluna social da qual é autora, Thaís manifesta um posicionamento simbólico: é ela própria que está sendo lida, valorizada e reconhecida quando consomem o objeto de seu trabalho. Dessa maneira, Thaís Bezerra protagoniza um elaborado sistema de personificação em se tratando do caderno que assina, transpondo sua persona às páginas que produz e escreve. Se esta já é uma prática recorrente àqueles que desempenham o ofício do colunismo social, no caso de Thaís este hábito se potencializa.

#### **2.2.4 - Representações contra-hegemônicas: a diferença em resistência**

Até o momento, destacamos a tendência do caderno Thaís Bezerra à reprodução de discursos hegemônicos, enfatizando seus modos de representar mulheres ao longo da história, e apontando os motivos que lhe direcionam e dão suporte. Torna-se imperativo, portanto, por em relevo as ocasiões nas quais a publicação se conduziu no sentido oposto a essa tendência, construindo representações que fogem aos marcos hegemônicos. Embora alguns desses casos já tenham sido aqui mencionados de forma pontual, consideramos que trazê-los em um só movimento seja uma manobra necessária para apresentar contrapontos e construir uma crítica mais apurada. Mais do que um exercício científico, alinhar essas iniciativas configura um reconhecimento ao trabalho da mulher e profissional Thaís Bezerra, além de constituir uma estratégia política no sentido de apontar caminhos dissidentes e de resistência.

Nesse seguimento, retomamos as palavras de Stuart Hall, para quem os movimentos de abertura à diversidade e descentramento das narrativas hegemônicas são acompanhados de reações de “resistência agressiva à diferença” (HALL, 2003, p. 340). Na coluna assinada por Thaís Bezerra, o caso da capa de 08 a 10 de abril de 2017, abordado anteriormente, torna possível visualizar a materialidade dessa resistência agressiva. Com o mote “o amor vence tudo”, a edição é protagonizada pelo casal Eduarda Boutella e Somaya Dantas, destacando o iminente casamento das personagens. O texto da capa apresenta a seguinte descrição:

Ah, o amor!!! O amor independe do gênero, etnia e status. O amor é algo que acontece, nos transforma de uma maneira, nos toma por completo quando nos permitimos aceitá-lo. Foi isso que aconteceu com essas duas mulheres. Duas mulheres que lutaram para estar juntas, ignoraram o machismo e a ignorância no real sentido da palavra. Fofocas, intrigas e mentiras fizeram parte do início desse relacionamento, alienação parental, repulsa de falsos amigos (isso serviu de filtro). Mesmo diante de tudo e de todos, o amor venceu! Juntas já um ano e meio, a cumplicidade e o amor só aumentam e quem consegue ver tudo isso, tem por elas respeito e admiração. O casório tem data marcada, com mudança de nome no civil e um *petit comité* só para os amigos mais íntimos. Hoje são Somaya Dantas e Eduarda Boutella, em breve Senhora Somaya e Eduarda Martins!

Esta narrativa demonstra como o afastamento dos padrões normativos incorre em severas sanções sociais, que se estendem e implicam outros entes e espaços. Foi o que ocorreu com a própria Thaís Bezerra, que afirma ter sofrido ameaça de processo judicial em virtude da publicação da capa. No seguinte trecho da entrevista em profundidade, já referido neste trabalho, a colunista detalha o ocorrido:

foi uma confusão. O ex-marido da mulher ligou pro diretor do jornal. (...) O diretor do jornal falou que ele procurasse um advogado, porque não tinha nada demais a foto. A dona da foto autorizou, que era a ex-mulher dele, e ele se entendesse com o advogado se ele quisesse acionar o jornal, porque ele iria perder.

O texto exemplifica de que forma a “resistência agressiva à diferença” se expressa, atuando como guardião dos discursos hegemônicos. Se os ideais conservadores, normativos e coloniais se colocam no caminho como bloqueio aos corpos e vivências que encarnam a diferença, pressionando-os de volta aos eixos do *status quo*, essa diferença é em si própria uma resistência em prontidão permanente no campo de disputa. E essa diferença em resistência se expressa de formas variadas, buscando avanço nos interstícios.

No caderno Thaís Bezerra, a existência de representações não-hegemônicas dentro do *corpus* pode ser identificada tanto em aspectos estéticos quanto nas construções textuais. Esteticamente falando, são notáveis os casos já mencionados das edições que trazem como protagonistas as personagens Lícia Fabio (C494, de 14 a 16 de junho de 2008), Acácia Barbosa (D011, de 15 e 16 de março de 2009) e Talita Santana (D279, de 04 e 05 de maio de 2014). Nos casos de Lícia e Acácia, chama a atenção a aparição de corpos femininos gordos e idosos. Como pontuado, essas imagens se tornam dissonantes na medida em que o padrão de beleza hegemônico se estrutura nos ideais de magreza e juventude. No caso de Talita, o deslocamento se expressa na ausência dos cabelos, visto que o comprimento e textura capilares são historicamente associados à ideia de feminilidade (PERROT, 2007).

Outra expressão contra-hegemônica identificada no *corpus* ocorre na contracapa da edição de 24 e 25 de abril de 1988 (A361), que traz a modelo, cantora e atriz jamaicana Grace Jones, reconhecida como um ícone internacional da moda. Sua imagem é a única em todo o *corpus* a se identificar pelo tom de pele escuro e cabelos crespos, desestabilizando os padrões de beleza eurocêtricos. Mais além, a figura de Grace Jones perturba as noções de performance de gênero ao apresentar um visual andrógino. A estatura, os cabelos curtos, o penteado quadrado, o rosto anguloso e os ombros largos e marcados pelo blazer estruturado criam uma imagem potente, que desloca as convenções de feminino e masculino. Em acréscimo, Grace aparece com um cigarro entre os lábios, comportamento historicamente considerado característico de homens e indesejável para mulheres (PERROT, 2007).



**Figura 63 - Contracapa da edição de 24 e 25 de abril de 1988 (A361) do caderno Thaís Bezerra**

Sobre a imagem andrógina de Grace Jones, as palavras de Michelle Perrot a respeito da sufragista estadunidense Lucy Stone fornecem contexto sobre o impacto gerado pela fotografia que ilustra a contracapa da edição A361:

Em certa cidade circulou o boato de que uma mulher alta, masculinizada, usando botas, fumando charuto e praguejando como um soldado, chegara para fazer conferências. As senhoras que acorreram para ouvir essa aberração manifestaram sua surpresa ao ver Lucy Stone, pequenina e delicada, vestida de preto, com uma gola de renda branca, o protótipo da graça feminina, fresca como o ar da manhã. (FRIEDAN, 1971, p. 79)

A citação ajuda a entender de que forma a figura de Grace Jones se distancia dos moldes hegemônicos – ainda que se projete a partir do contexto dos Estados Unidos, situando-a, portanto, no norte global. É necessário ressaltar ainda o simbolismo representado pelo fato de a imagem aparecer no caderno Thaís Bezerra justamente em sua

contracapa – o lado b, secundário, portanto –, reforçando a ideia de preterimento aos corpos negros à qual já nos referimos.

Para além dos aspectos estéticos, os elementos narrativos e argumentativos também manifestam a existência de representações não-hegemônicas na publicação. O caso já mencionado da edição de 14 a 16 de abril de 2007 (C433) exemplifica essa afirmativa. A capa em questão traz as personagens Clarissa Benderoth, Clarissa Rabelo e Fernanda Suarez em posição de co-protagonismo, descritas como sócias de uma empresa do segmento de moda. O discurso contra-hegemônico identificado na edição assenta-se no fato de as mulheres serem apresentadas em uma relação de cooperação, debelando a noção de rivalidade feminina. Além disso, as três personagens são representadas no espaço da esfera produtiva, descritas como empreendedoras. O critério que justifica a aparição, portanto, não está na aparência física ou na vinculação familiar, mas no contexto profissional.

Mais uma edição que contesta os padrões hegemônicos é a de 24 a 26 de fevereiro de 2018 (D478), que traz como protagonista a personagem Amélia Franco Diniz. No texto da capa, Amélia é destacada “pelo permanente interesse em ampliar os seus conhecimentos fazendo cursos superiores”. Aos 86 anos, a personagem é descrita como formanda do curso de Teologia, como sublinha a fotografia.



**Figura 64 - Capa da edição de 24 e 26 de fevereiro de 2018 (D478) do caderno Thaís Bezerra**

A capa da edição é lembrada pela própria Thaís Bezerra na entrevista em profundidade:

Teve uma capa muito marcante, uns três anos atrás. Dona Amélia Franco Diniz. Ela é de Sergipe e morava em Brasília, mora até hoje, e ela formou-se aos 80 anos (*sic*). Depois que o marido morreu ela foi pra faculdade fazer Psicologia (*sic*), se formou, e eu pedi a foto dela na formatura (...) E essa capa foi um sucesso, uma senhora de



80 anos (*sic*) formar-se em Psicologia (*sic*), depois que ficou viúva... E ficou muito bacana.

A fala da colunista demonstra como o fato de uma mulher idosa acessar a esfera do conhecimento acadêmico causa estranheza e admiração, confrontando-se com olhares hegemônicos. Apesar da descrição presente no texto, que lhe situa no contexto familiar – “Ela é neta do baluarte da medicina em Sergipe Dr. Augusto Leite, viúva do ex-deputado Raimundo Diniz e mãe de sete filhos” –, a narrativa é centrada no distanciamento da personagem da esfera doméstica. O critério que motiva a aparição de Amélia Diniz na edição não está necessariamente ligado à sua vinculação familiar ou beleza física, mas na sua “mente aberta e disposição para estudar e adquirir sempre novos saberes” – como argumenta o próprio texto da coluna.

Todos esses casos expõem como o caderno Thaís Bezerra, embora se ampare em discursos hegemônicos, ainda consegue reservar algum espaço à representação da diversidade – mesmo que através de uma “visibilidade controlada” (HALL, 2003). A presença de corpos e vivências em desacordo com os padrões conservadores, coloniais e normativos nas páginas da publicação atesta como a diferença resiste e contorna pressões agressivas e reacionárias.

Essa afirmação se robustece de significado com o exemplo da edição de 06 a 08 de fevereiro de 2021 do caderno Thaís Bezerra, publicada já na fase de revisão e fechamento deste trabalho. A publicação em questão traz como destaque a figura de Linda Brasil, mulher trans eleita vereadora em Aracaju durante o pleito municipal de 2020 e candidata mais votada para o cargo na capital sergipana. Na edição em questão, o nome de Linda encabeça o quadro denominado “As boas de urna: se destacam na política”, aparecendo em grifo ao lado de sua foto. O registro ganha relevância ainda maior pelo fato de tratar-se de uma edição comemorativa do caderno, que destaca as principais personalidades sergipanas em diversos segmentos durante 2020, no clássico formato de lista das “dez mais”.



**Figura 65 - Destaque da edição de 06 a 08 de fevereiro do caderno Thaís Bezerra**

Sendo um corpo trans e, portanto, dissidente, a aparição de Linda Brasil no caderno Thaïs Bezerra é, por si só, simbólica e potente: em um país no qual os índices de mortes violentas de pessoas LGBTQIAP+ é um dos maiores do mundo, sair das páginas policiais para as colunas sociais é um movimento de ousadia e transgressão. E ao ser alçada ao destaque no cenário político, obtendo reconhecimento pela ocupação de um espaço de poder que lhe foi historicamente negado, Linda mobiliza e agencia uma série de lutas, sintetizando e corporificando a diferença em resistência.

Se em outras arenas a diferença encontra obstáculos de forma histórica e insistente, no universo do colonismo social as brechas são ainda mais inflexíveis. Assim, mesmo pontuais, as representações contra-hegemônicas merecem nossa atenção, uma vez que desestabilizam o *status quo* em um ambiente que nele se alicerça.

## NOTAS CONCLUSIVAS

Diante das referências teóricas consultadas e das análises aqui apresentadas, apontamos que o colunismo social é um formato situado no gênero jornalístico inicialmente voltado para leitoras mulheres, construído sob o estigma de tratar apenas de amenidades e, desde sempre, pautado no modo de vida das elites. Apesar disso, os grandes referenciais da atividade são figuras masculinas, que ajudaram a definir seus contornos e modos de produção.

Tanto as colunas sociais quanto os colunistas ocupam espaços indeterminados no jornalismo, assumindo características híbridas. Os colunistas sociais moldam suas habilidades profissionais a partir de lógicas diferentes daquelas que regem os jornalistas, além de agregar códigos, práticas e funções que fogem ao escopo do ofício jornalístico e se assemelham ao trabalho de outros profissionais – como publicitários e promotores de eventos, por exemplo. Entretanto, não deixam de desempenhar a atividade de repórteres. De forma semelhante, as colunas sociais incorporam características de outros gêneros e formatos, assumindo tom, ritmo e linguagem próprios, embora mantenham alguma fidelidade aos cânones do jornalismo. Nesse sentido, uma das principais características do colunismo social, que lhe traz feições bastante particulares, é o fato de guiar-se por um viés relacional, pessoal e afetivo. Esse traço faz com que o colunismo consiga, de forma estratégica, alcançar espaços em que o jornalismo “duro” e objetivo, ao estilo *hard news*, por vezes não consegue chegar.

Em suma, a coluna social em seu formato clássico é fortemente centrada em uma perspectiva autoral, que se identifica na imagem do colunista social. O caso da publicação em estudo, o caderno Thaís Bezerra, ilustra claramente esta noção, uma vez que a colunista que a assina e lhe empresta nome personifica em diversos aspectos o conteúdo que produz. Trata-se, portanto, de uma marca que denomina ao mesmo tempo trabalho e pessoa, coluna e mulher.

Ainda sobre a colunista Thaís Bezerra, exemplo de mulher que se consolidou no campo do colunismo social, seu posicionamento foi norteado por figuras masculinas – como do ex-diretor do jornal onde trabalha, que mostrou-se mais do que um mentor profissional. Nesse ínterim, embora se apresente como alguém que constituiu sua carreira de forma autônoma, Thaís Bezerra reconhece a importância daqueles que contribuíram para

essa constituição. É nesse ponto que a colunista expõe a lógica do afeto como base de sua construção profissional, que lhe garantiu acessos e uma relação com o ofício que vai além do aspecto do trabalho, adentrando a seara pessoal. Os mais de 40 anos de Thaís Bezerra dedicados à profissão materializam o fato de que a fidelidade que a colunista mantém ao seu público é por ele retribuída.

A publicação assinada por Thaís Bezerra, como produto midiático e coluna social, constrói e reproduz representações da sociedade e, de forma especial, de mulheres. Como fenômeno produtivo, a representação gera e opera sentidos, posições sociais e significados, assumindo arranjos diversos. Essa produção está ligada à constituição das identidades e ao senso de pertencimento – e de exclusão, por conseguinte. No caderno Thaís Bezerra, ao longo de quase 40 anos de história, mulheres foram e são representadas a partir de um ponto de vista predominantemente hegemônico, centrado em discursos normativos, conservadores e coloniais.

Com o passar dos anos e dentro dos quatro recortes temporais (1981-1988, 1989-1998, 1999-2008, 2009-2018) considerados neste estudo, a coluna assimilou novos tipos de personagens e assuntos, mas as bases de representação se mantiveram praticamente inalteradas, possibilitando a percepção de *perfis* de representação feminina. No perfil aqui denominado “Moda e publicidade”, notamos a ênfase ao aspecto físico das personagens e o direcionamento exercido pelos parceiros comerciais sobre o conteúdo da coluna. No modelo “Talento e beleza”, novamente foi abordada a valorização dos atributos estéticos, além da ideia de aprovação e recomendação da colunista a determinadas personagens e seus comportamentos – explicitando, portanto, o elemento prescritivo da coluna sobre formas de ser e agir. O perfil “Nova geração” atesta como, desde a infância, mulheres são cobradas a corresponder a expectativas relacionadas a seus corpos e condutas. Os perfis “Noivas” e “Debutantes” sublinham a existência de ritos de passagem para mulheres, que tem caráter de tradição e que carregam o valor simbólico das vinculações familiares entre as elites. Juntos, todos esses perfis encapsulam as tendências discursivas do caderno Thaís Bezerra no que concerne à representação de mulheres.

De modo geral, aspectos de ordem estética e a vinculação familiar das personagens foram critérios de referência para justificar a presença de mulheres na coluna social. Nesse seguimento, as capas e contracapas do caderno Thaís Bezerra analisadas neste trabalho foram protagonizadas de forma preponderante por mulheres brancas, magras, jovens, de

cabelos lisos, heterossexuais, pertencentes a famílias proeminentes e economicamente favorecidas. Alicerçada em marcadores hegemônicos, este tipo de representação invisibiliza outros corpos e vivências, inviabilizando-os como possibilidades autênticas e válidas. Assim, constitui-se uma representação esvaziada de representatividade, construída à custa de silenciamentos, deslegitimações e violências – estas últimas, nem sempre apenas simbólicas. Cabe pontuar que, levando-se em conta que a publicação é, antes de tudo, mercadoria, as clivagens de classe, por vezes, promovem um realinhamento dos marcadores sociais de cada personagem, prevalecendo entre elementos não hegemônicos e redirecionando os fluxos de visibilidade.

Ficou constatada, assim, a validade da hipótese de que o caderno Thaís Bezerra se caracteriza por uma base de representação que enfatiza traços estéticos, sociais e comportamentais específicos, construindo um espectro limitado de perfis femininos. Foi validada, ainda, a hipótese de que a representação de mulheres se constrói sob a égide de figuras masculinas. Nesse sentido, o sobrenome prevaleceu, mas não se bastou. Foi preciso afiançá-lo, subordinando a colunável à imagem de seu pai ou marido. É certo que esta não é uma regra, mas sua frequência denota que o passar do tempo (considerando os quatro recortes temporais estudados) não modificou a engrenagem do patriarcado.

A predominância de um discurso hegemônico na publicação, no entanto, não ocorre sem que haja tensionamentos. Embora exista uma constante pressão pela manutenção do *status quo*, exercida por meio de uma permanente “resistência agressiva à diferença”, o caderno Thaís Bezerra deixa transparecer pequenos movimentos de abertura à diversidade. Nesse sentido, pessoas não-brancas, LGBTQIAP+, com deficiência, idosas, gordas, pobres e periféricas, entre outros corpos e modos de vida não-hegemônicos, encarnam a diferença e seguem em prontidão e revide, ocupando espaços e buscando avanços no campo de disputa.

Nessa arena, a figura de Thaís Bezerra assume uma posição ambivalente. Ao mesmo tempo em que constrói, reproduz e incorpora discursos hegemônicos, Thaís é uma mulher que constituiu uma carreira notável ao longo de mais de quatro décadas de profissão e se fez respeitar e reconhecer em círculos eminentemente masculinos. Em alguma medida, portanto, Thaís rompe os mesmos marcos hegemônicos que ajuda a produzir e manter. A colunista também demonstra ter consciência acerca do machismo que estrutura e regula a

sociedade – como expressa em entrevista e em textos da própria coluna –, afirmando sua discordância em relação a esse sistema e enfatizando suas profundas raízes.

Como caminhos de continuidade a esta pesquisa, identificamos a possibilidade – e necessidade – de desenvolvimento de estudos de recepção no colunismo social, a fim de entender quem é o público das colunas e de que maneira se estrutura esta relação. Em outro sentido, consideramos frutífera a vinculação entre o tema das colunas sociais e os estudos de gênero, que, seguindo uma abordagem butleriana, pode ser tratada sob vieses que não priorizem a questão da representação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AAKER, D. **A Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2004.
- AKOTIRENE, C. **Interseccionalidade**. São Paulo, SP: Sueli Carneiro; Pólen, 2018.
- ARRUDA, A. **Teoria das representações sociais e teorias de gênero**. Cadernos de Pesquisa, n. 117, nov/2002 p. 127-147, nov/2002.
- BADINTER, E. **XY: sobre a identidade masculina**. Trad. Maria Ignez Duque Estrada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2003.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009
- BEAUVOIR, S. **O Segundo Sexo** 1. Fatos e mitos. Trad. Sérgio Milliet, 4. Ed. Divisão Europeia do Livro, São Paulo; 1970.
- BOURDIEU, P. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Trad. Mariza Corrêa. 9.ed. Campinas: Papirus Editora, 2008.
- BOURDIEU, P.; NOGUEIRA, M.A., CATANI, A. (Orgs.) **Escritos de educação**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BRASIL. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. **Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências**. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, 16 jul. 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm)>. Acesso em: 10 set 2020.
- BUENO, E. A. **O nu e o sensual feminino registrado nas fotorreportagens da Revista “O Cruzeiro” (1966-1970)**. In: Encontro Nacional de Estudos da Imagem, III, 2011, Londrina. Anais do III Encontro Nacional de Estudos da Imagem. Londrina-PR: 2011. p. 1119-1133
- BUITONI, D. S. **Imprensa feminina**. São Paulo: Ática, 1986.
- BUITONI, D. S. **Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira**. São Paulo: Loyola, 1981
- BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CANCLINI, N. **Consumidores e Cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização**. 4. Ed. São Paulo: Edusp, 1999
- CARNEIRO, C. B., BORGES, D. S., BORGES, L. S. **A representação da mulher na imprensa feminina segundo os estudos de gênero**. In: XL Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba-PR. Disponível em: <<https://tinyurl.com/yym3m6ug>> Acesso em: 20 jan 2021.
- CRENSHAW, K. **Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero**. Estudos Feministas 1, p.171-189, 2002.
- CRUZ, J. V. **Entre o movimento estudantil e a luta pela igualdade de direitos para as mulheres: uma contribuição à memória da militância feminina em Aracaju/SE, 1960-1988**. In: XI

Encontro Nacional de História Oral, 2012, Rio de Janeiro - RJ. Disponível em: <<https://tinyurl.com/y4noor2s>> Acesso em: 20 jan 2021.

CRUZ, K. G. S. **Colunismo social e e consagração das elites**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2015.

DANTAS, I. **História de Sergipe**: República (1889-2000). Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2004.

DORNELLES, B. **Evolução da coluna social ao longo do século XX**. In: Revista Brasileira de História da Mídia. v.6. n.2, p. 126-142. julho-dezembro 2017.

DUARTE, J. **Entrevista em profundidade**. In: DUARTE, J. BARROS, A. (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

ELIAS, N., SCOTSON, J. L. **Os estabelecidos e os outsiders**: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

EMERICH, D. **O beijo de Mangabeira**: o jornalismo político das colunas de notas. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 1997.

ESCOSTEGUY, A. C. **A contribuição do olhar feminista**. In: Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 3, p. 1-11, janeiro/junho 1998.

ESCOSTEGUY, A. C. D. **Comunicação e gênero no Brasil**: discutindo a relação. In: Revista Eco-Pós – Dossiê Crise, Feminismo e Comunicação. v.23, n.3, 2020.

FALCÓN, M. L. (Org). **Sergipe 2000-2013**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2014.

FONSECA JUNIOR, W. C. da. **Análise de Conteúdo**. In: DUARTE, J. BARROS, A. (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 8. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

FRANCINETI DA SILVA, P. **A coluna social como gênero de fofoca**. Tese (Doutorado em Literatura) - Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

FRASER, N. **Mapeando a imaginação feminista**: da redistribuição ao reconhecimento e à representação. Revista Estudos Feministas, v. 15, n. 2, p. 291-308, 2007.

FRIEDAN, B. **A mística feminina**. Trad. Áurea B. Weissenberg. Petrópolis, RJ: Vozes, 1971.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

GONÇALVES, J. H. R. **Escavando o chão da futilidade**: colunas sociais, fontes para o estudo de elites locais. In: Revista de História Regional. v.4. n.2, p. 35-59, inverno, 1999.

GONÇALVES, B. **“Morenas exóticas”** – um debate sobre colorismo, negritude e arquétipos femininos da ideologia da mestiçagem. Disponível em: <<https://tinyurl.com/y2xh5ezc>> Acesso em: 20 jan 2021.

GONZALEZ, L. **Racismo e sexismo na cultura brasileira**. Revista Ciências Sociais Hoje. Anpocs. p. 223-244. 1984.



GREGORI, J. **Feminismos e resistência**: trajetória histórica da luta política para conquista de direitos. In: Caderno Espaço Feminino, v. 30, n. 2, Jul./Dez. 2017.

HALL, S. **Cultura e representação**. Trad. Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio: Apicuri, 2016.

HALL, S.; SOVIK, L. (Org.). **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HIRATA, H., KERGOAT, D. **Novas configurações da divisão sexual do trabalho**. In: Cadernos de Pesquisa, v.37, n.132, setembro-dezembro, 2007

HOOKS, B. **Alisando o Nosso Cabelo**. Revista Gazeta de Cuba - Unión de escritores y Artista de Cuba, janeiro-fevereiro, 2005.

HOOKS, B. **O feminismo é para todo mundo**: políticas arrebatadoras. Trad: Ana Luiza Libânio. 1. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

KOVÁCS, A. **Coluna Social**: Linguagem e Montagem. Comum. Petrópolis: Vozes, 1979.

LAURETIS, T. **A tecnologia do gênero**. In: HOLLANDA, B.H. **Tendências e impasses**: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

LE BRETON, D. **A sociologia do corpo**. 4.ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

MAGGIE, Y.; REZENDE, C. B. (Org.). **Raça como retórica**: a construção da diferença. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

MARCONI, M. A., LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARIA, M. F. A. **Crônicas da alta sociedade**: Discursos, representações e cotidiano nas colunas sociais do Jornal Folha do Oeste (Guarapuava, PR, 1959-1964). Dissertação (Mestrado em História) – Faculdade de Ciências e Letras, UNESP. Assis, 2011.

MARIA, M. F. A.. **Das Gossip Columns às novas colunas sociais brasileiras**: Política e modernização na imprensa brasileira nas décadas de 1950 e 1960. Histórica - Revista Eletrônica do Arquivo Público do Estado de São Paulo, n.33, 2008.

MARQUES DE MELO, J. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2. Ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

MARQUES DE MELO, J. **Jornalismo**: compreensão e reinvenção. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARQUES DE MELO, J. **Teoria do Jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MARTÍN, R. I., ARJONILLA, E. O., SEDEÑO, E. P. **Cuerpos y prácticas**: una década de estudios ctg. In: Cadernos Pagu – Dossiê Gênero e Ciências: Histórias e políticas no contexto ibero-americano. n.49, 2017.

MELO, L. M. S. **“Em Aracaju, todo mundo é tabaréu, exceto quem não é!”**: Um estudo acerca da disputa simbólica entre tabaréus e cidadãos. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2016.

MENDONÇA, M. L., & SILVA, C. **Envejecimiento femenino, consumo y protagonismo**. ¡Es la (voz de la) Abuelita! *Comunicação, Mídia e Consumo*, 11(32), 121-138, 2014.

MESQUITA, T. **As formas do social no colonismo**. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus-AM. Disponível em: <<https://tinyurl.com/y28p7d67>> Acesso em: 20 jan 2021.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. Trad. Pedrinho A. Guareschi. Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

PEREIRA, M. F. M. W. M.; HANASHIRO, D. M. M. **Etarismo em Seleção**: a dura realidade para quem tem mais de 45 anos no Brasil. XXXVIII Encontro da ANPAD. Rio de Janeiro, 2014.

PEREIRA, W., MESQUITA, T. **A contribuição da etnometodologia para análise do colonismo social**. In: Revista Famecos. v.19, n.1, p. 46-64, janeiro-abril, 2012.

PERROT, M. **Minha história das mulheres**. Trad. Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2007.

RABAÇA, C. A., BARBOSA, G. G. **Dicionário de Comunicação**. 5. Ed. São Paulo: Campos, 2002.

RANGEL, N. F. A. **O ativismo gordo em campo**: política, identidade e construção de significados. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política). – Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2018.

REIS, A. A. C. **O papel da mulher como mulher no papel**: representações femininas em anúncios de jornais impressos sergipanos. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2018.

RICH, A. **Heterossexualidade compulsória e existência lésbica**. Bagoas - Estudos gays: gêneros e sexualidades, v. 4, n. 05, 27 nov. 2012.

RODRIGUES, C. **A quarta onda do feminismo**. *Revista Cult*, v. 25, n. 219, p. 30-47, 2016.

SANTOS, R. V. O. **O gênero à margem**: a representação da travestilidade na página do Facebook Travesti Reflexiva. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2018.

SOUZA, R. M. **Dos canapés à política**: a reinvenção permanente do colonismo como gênero jornalístico. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009.

SOUZA, R. M. **O cavalheiro e o canalha**: Maneco Müller, Walter Winchell e o apogeu dos colonistas sociais após a Segunda Guerra Mundial. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos. Disponível em: <<https://tinyurl.com/y3kfupdq>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

SOUZA, R. M. **Sem mediação**: o colonismo “social” em tempos digitais. In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste, 2012, Ouro Preto. Disponível em: <<https://tinyurl.com/y3rcrels>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

TELES, M. A. A. **Breve história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

TOMAZETTI, T. P. **Por um mapa das dissidências**: os estudos de gênero nas teses e dissertações em comunicação do Brasil (1972-2015). In: Intercom – RBCC, São Paulo, v. 43, n. 3, p.57-81, set./dez. 2020.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. 2. Ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAVANCAS, I. **A coluna de Ibrahim Sued**: um gênero jornalístico. 2001. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/travancas-isabel-coluna-ibrahim-sued.html>> Acesso em: 04 ago. 2019.

VERGUEIRO, V. **Por inflexões decoloniais de corpos e identidades de gênero inconformes**: uma análise autoetnográfica da cisgeneridade como normatividade. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) – Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2015.

VILLADSEN, K. **Tecnologia versus ação**: uma falsa oposição atribuída a Foucault nos estudos organizacionais. In: Revista O&S, V.21, n.71, p. 643-660 – Out./Dez. 2014.

WILLIAMS, R. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

WOODWARD, K. **Identidade e Diferença**: Uma Introdução Teórica e Conceitual. In: SILVA, T. T. (Org.). Identidade e Diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais. 14. Ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

## APÊNDICES

### Apêndice 1 - Roteiro de perguntas e entrevista com a colunista Thaís Bezerra

#### Produção

**1 - Como é a rotina de produção do caderno? Tem uma equipe com você? Em caso positivo, como é composta essa equipe? São jornalistas? Homens e mulheres?**

Sou Thaís Bezerra, tenho 60 anos, vou fazer 61 dia 09, completo 42 anos de trabalho como colunista social no dia 29 de agosto de 2020 e é um trabalho que me dá muito prazer. (...) É um caderno que eu assino há 40 anos, 2 anos foram de coluna no Jornal Gazeta de Sergipe, logo em seguida fui convidada pelo empresário Antônio Carlos Franco pra ser colunista já depois de assinar um caderno também na Gazeta, que era o Gazetinha. E um caderno com meu nome no Jornal da Cidade onde estou há 39 anos, com muito trabalho, muito agradecida.

A produção do caderno, a rotina, é uma rotina pesada, de muita disciplina e dedicação. Vou falar como se fosse de antes da pandemia, a pandemia é uma coisa diferenciada no trabalho de qualquer jornalista. As pautas tem que ser diferentes, a gente tem que criar, inovar. Eu não tenho equipe, nunca tive. Apenas tive uma época em que minha irmã ajudava aqui em casa apenas de enviar fotos, porque eu não tinha tempo de enviar fotos, escolher fotos quando eram feitos os cadernos especiais no aniversário do jornal, do meu caderno, que é em agosto, aniversário de trabalho de colunismo, e o jornal especial de final de ano que eu sempre edito no mês de janeiro. A produção do caderno sou eu sozinha. Tem alguns informantes, homens e mulheres, jornalistas ou amigos, que me passam notícias na semana e aí eu vou vendo se essa notícia tem alguma coisa a ver com a minha visão da sociedade sergipana. Não tenho equipe não. Não tenho secretária, não tenho assessora, sou eu fazendo tudo mesmo, na correria. Às vezes peço uma ajuda a alguém, uma dica de uma entrevista, e vou fazendo na raça mesmo, na dedicação e no amor pelo meu trabalho.

**2 - Quem é o público do caderno Thaís Bezerra? Esse público mudou ao longo dos anos? Se sim, a que você atribui a mudança?**

Sobre o público do caderno Thaís Bezerra, graças a Deus tenho um público fiel. Leitores que me acompanham desde o início, 1978, quando era uma coluna, em 1980 já virou caderno. Eu tenho um público muito eclético, de todas as tribos como se fala. Tenho leitores da idade dos meus pais, 80 anos, 90, minha mãe já teria 90, meu pai teria 100. Mas ainda tenho um público muito bacana de novos leitores, eu procuro me renovar e eu aprendi isso com o saudoso Antônio Carlos Franco, empresário, que foi quem me convidou pra assumir o caderno com meu nome no Jornal da Cidade em 1981. Ele a cada semana me exigia: “se você fez 100 notas esta semana, na próxima eu quero 110, na outra eu quero 120, pra que você atinja mais gente, mais público, mais jovens, mais pessoas”. E eu fui aprendendo isso a cada ano quando trabalhei com a orientação dele e mesmo depois que ele partiu eu fiquei com esse aprendizado que foi realmente um divisor de águas na minha vida como jornalista. Foi a exigência dele de melhorar e crescer a cada domingo. Meu caderno sempre foi editado aos domingos, após a crise da mídia impressa já há uns dois anos ele vem sendo feito como final de semana, ele circula sábado, domingo e segunda. Então é um público que eu acompanho hoje de 80 hoje até 09 anos que já quer sair no Ping Kids, no Ping Teen, no Bate Bola. E isso me gratifica muito.

Eu também atribuo ao meu trabalho de pesquisa de correr atrás dos filhos dos filhos dos filhos, dos netos, dos avós, e de prestigiar todas as gerações, e aí acho que esse público vai se tornando fiel

porque eu já botei o avô, o bisavô, a avó, a mãe, o filho e o neto. Então, isso vai crescendo, graças a Deus, até o dia de hoje.

**3 - Como se dá a relação com os patrocinadores? Você os procura ou eles mesmos entram em contato?**

Sobre a relação com os patrocinadores, é mão dupla. Às vezes apresento projetos, propostas, e muitos me procuram. No geral eu acho que é 50% pra cada lado. Eu sempre apresento novidades, merchandising, fotografias, coisas mais leves que não fiquem como publicidade mesmo, que saiam como notícia. E tem dado certo esses 42 anos, graças a Deus. Tem muitos que procuram fazer realmente a parte comercial, institucional, a publicidade institucional, e a maioria tem preferido fazer como merchandising, então sai como notícia, e seguimos em frente sempre dando certo.

**4 - Ainda sobre os patrocinadores, como é possível conciliar os interesses comerciais do caderno com seu conteúdo?**

Sobre conciliar interesses do jornal e do caderno, é uma coisa muito fácil. O meu caderno tem um público, fiel, determinado, da sociedade, e nunca há conflitos porque a parte que pode ser conflituosa nesse ponto seria a página política que é uma página independente. A gente não faz acordos políticos com o meu caderno desde a época do dono Antônio Carlos Franco, já falecido, e consequentemente para o seu filho. A gente tem que realmente medir o que a gente escreve pra não ter processos, que hoje tudo é processo. Você fala que a pessoa tá feia, o cabelo tá curto, pode pedir processo de indenização. Nessa parte não há conflitos. A gente faz um trabalho muito correto, com muita credibilidade. O cliente do caderno Thaís Bezerra já sabe realmente o retorno que obtém, o público que alcança, e isso é o que tem dado longevidade ao meu trabalho. Eu vou completar 42 anos de jornalismo, de colunismo social, em agosto, como eu já falei anteriormente, e continuo sendo muito lida, graças a Deus. Quando as pessoas não conseguem comprar o caderno ou olhar online, ligam pra mim: “eu quero guardar em papel, o impresso”. Aí eu peço no arquivo do jornal, mando pra casa da pessoa. Então não há conflito nessa área comercial, sempre dá certo.

**5 - Sobre o conteúdo, quem define as pautas? Você mesmo faz as apurações ou algum conteúdo já é enviado previamente a você?**

Sobre o conteúdo, quem define as pautas sou eu. Às vezes alguém pede alguma coisa, “entreviste alguém que é meu amigo”, o próprio dono do jornal sugere alguma notícia, alguma cobertura de eventos. Mas desde que eu comecei o meu trabalho quem define tudo sou eu. Tem algumas pessoas que me apoiam, que mandam notícias, que são colaboradores informais, nunca contratuais. Apenas “ah, eu queria colocar a foto de uma pessoa, você poderia colocar?”, eu digo: “depende do conteúdo da foto e do que se trata”. Porque as vezes é foto comercial, o jornal cobra. Às vezes é uma notinha comercial, o jornal cobra. Eu sou funcionária. Sempre brinco muito que as pessoas pensam que o caderno é meu. Não, o caderno leva o meu nome, eu tenho essa honra de ter um caderno com o meu nome. Mas eu sou funcionária do Jornal da Cidade, carteira assinada, há 39 anos, e tenho orgulho disso. Então, eu que defino o conteúdo, defino as pautas, mas faço apuração sempre do que eu recebo porque muita gente manda notícia, sobretudo hoje com as redes sociais, com a internet, a gente recebe notícias de todos os cantos, inclusive do Brasil, que eu coloco anti-spam porque não dá pra gente ficar lendo notícias do Brasil inteiro que não é de interesse do meu caderno. Às vezes a gente faz algum registro, mas as pautas são locais, da sociedade local.

**6 - Essas rotinas (produção, patrocínio, pautas) mudaram ao longo dos anos?**

Sobre a rotina de produção, patrocínio, pautas, não mudou muito, né? Facilitou, com a internet. Tudo por email, tudo por whatsapp. A gente às vezes não precisa mais ir ao cliente. Às vezes tem gente que quer ir ao vivo, bater papo, discutir alguma forma da arte, do que vai ser publicado, mas no geral... 98%, posso dizer isso a você, eu não tenho que ir ao cliente. Antigamente eu marcava horário, fazia visita, eu mesma, nunca tive assessor pra ir comigo fazer a parte comercial. Era eu que falava com qualquer empresário, qualquer pessoa do comércio, qualquer pessoa da área profissional liberal, escritórios, médicos, clínicas que gostam de divulgar determinados procedimentos. Mas sempre sendo eu que faço o contato. Mas também o jornal faz alguns comerciais diretamente com o cliente que procura o comercial do jornal e nós temos um acordo comercial de percentual de vendas para que eu também receba porque sai no meu caderno. Então isso é um acordo interno, mas a rotina não mudou. Continua a mesma, acho que facilitou com a internet.

### **7 - Como são decididas as capas? Que critérios são utilizados nessa definição?**

As capas eu decido 99,9%. Às vezes há um pedido da direção do jornal, de um sobrinho, de um parente, de um primo, de uma homenagem. Mas quase 100% quem define, decide, o tema, quem vai sair na capa sou eu. Algumas capas são comerciais, logicamente, o jornal também vive disso, né? Eventos ou empresas que queiram divulgar seus negócios. A gente tem uma tabela do caderno Thaís Bezerra e a negociação é feita diretamente comigo. Eu passo pra o jornal, às vezes a pessoa fica solicitando um desconto, etc, e a gente negocia diretamente com o dono ou com o diretor comercial e chegamos a um acordo. Mas quem decide quem coloca quem na capa sou eu, Thaís, nesses 42 anos, graças a Deus. Nunca tive interferência nem do dono Antônio Carlos Franco, que eu sempre gosto de falar nele porque foi realmente um divisor de águas na minha vida. Eu tenho uma imensa gratidão ao que ele me ensinou, ao que ele exigiu, que eu crescesse, que eu acompanhasse gerações, que eu não parasse por ali, não me acomodasse. Então foi isso que me fez estar até aqui nos dias de hoje. Eu já poderia estar aposentada, descansando, em casa, mas não. Eu quero trabalhar até quando Deus me der saúde, forças e energia, porque paixão eu já tenho pelo que eu faço. Cada semana eu quero ver o jornal impresso, quero ver como é que ficou, se foi como eu decidi, inclusive na diagramação da capa. Eu mando pro designer do jornal, ele faz e eu opino. Ele manda pro whatsapp, pra eu dar uma olhada, eu digo “não, eu quero assim, bota a letra assim, mude a letra de lugar, bota o texto do outro lado”, porque eu trabalhei em agência de publicidade quando tinha 18 anos em Porto Alegre quando morei um ano e meio lá. Fui ver meus tios e fiquei um ano e meio antes de entrar na faculdade de Química, né, que isso eu nunca te contei. Isso aí é um outro assunto da minha vida. Eu fiz faculdade de Química porque aqui não tinha Jornalismo, mas virei jornalista com o número de publicações no início da minha carreira aos 19 anos.

### **8 - Ocasões sociais como casamentos e festas de 15 anos aparecem frequentemente na capa do caderno. Existe uma grande demanda dos leitores sobre esse tipo de conteúdo em específico? Por que você acha que isso ocorre? Como é definido quais casamentos e festas de 15 anos receberão destaque?**

Existe um critério ou comercial ou social. A gente entra em acordo com quem está fazendo a festa, quem está fazendo 15 anos, mas em geral a gente coloca garotas de 15 anos antes da festa. Se for a festa, o jornal cobra como comercial. Cobrir o evento, etc e etc. Da mesma forma, casamentos: a gente coloca os noivos no book quando prepara antes do casamento. Mas, quando você coloca o casamento, a maioria é comercial. Porque o jornal vive disso, né? A gente coloca as garotas de 15 anos desde a época da Gazetinha, que era de corpo inteiro e foi uma revolução na cidade eu colocar meninas da sociedade de biquíni na capa do caderno. Foi realmente um marco na minha vida

profissional porque as garotas topavam, mas os pais, às vezes, “mas vai sair na capa do caderno de biquíni?”. Todo mundo queria e as meninas mais bonitas de Aracaju saíram na capa do meu caderno na Gazetinha e depois no Jornal da Cidade de biquíni. Foi uma revolução. Então, tem uma demanda de comercial e também normal, que a gente coloca porque quer, porque eu que escolho, né? Quem coloca na capa. E o público gosta de ver, gosta de ser visto na festa, de colocar a cobertura completa dos casamentos, dos 15 anos, e eu vou definindo quem entra e quem não entra. Sempre, a maioria, cobertura de 15 anos e casamentos, são comerciais. Mas foto de capa só é comercial quando é evento para ser divulgado. Mas as garotas de 15 anos que a gente coloca na capa, ou noivos, não é comercial, eu quem escolho.

**9 - Antes, era comum a produção de ensaios especialmente feitos para a capa do caderno. Hoje, essa prática só ocorre em ocasiões especiais. Por que houve essa mudança?**

Eu fazia tudo na casa da minha mãe, eu morava na casa da minha mãe no início da minha carreira. Morei muitos anos lá até fazer a minha casa, construir a minha casa com muita luta, com muito sacrifício, que era um sonho de vida. E eu fazia assim: perto da garagem na casa da minha mãe, tinha uma entrada assim ali na Rua de Cedro, perto do Batistão, que eu forrava a parede toda de plástico preto. Uma vez por semana a gente fazia isso. Tinha um fotógrafo brilhante, chama-se Fernando Souza, ele era fotógrafo da universidade federal, faleceu muito jovem, foi uma perda imensa pra Sergipe. E ele amava fazer trabalho comigo, ele dizia assim: “o dia que você tiver sua casa, eu quero que sua casa pareça um estúdio pra gente fazer as fotos dentro da sua casa”. Infelizmente ele não conheceu a minha casa, e minha casa realmente tem um lado assim meio especial como se fosse um estúdio mesmo. Tem paredes aqui que dá pra fazer fotos fantásticas. E aí eu que produzia, eu que pegava roupas nas lojas, fazia a produção das garotas, amarrava cabelo, fazia uma coisa diferenciada e era muito bacana produzir isso. Às vezes eu coloco algumas que eu encontro por aqui ainda nos meus arquivos porque foto em papel a gente não guarda tudo que não cabe dentro da casa, né? 42 anos de jornal. Mas quem fazia era tudo eu. Amava. A gente fazia às vezes locações na rua, em obras... Eu me lembro que tinha uma obra no início da Rua Pacatuba que eu fiz uma produção de moda. Eu também no meio da produção junto com duas garotas da sociedade... Era muito interessante. Faz falta, mas assim: não dá mais tempo, não tem condições de passar uma tarde fazendo produção de capa pra escolher modelo, escolher menina. Então a gente já pega as fotos prontas de fotógrafos ou das próprias pessoas que eu peço pelo whatsapp e a pessoa me encaminha. E eu faço várias capas diferenciadas, porque eu sempre procuro pessoas de várias gerações. Do bebê, da criança às pessoas mais velhas, de 90 anos. Outro dia botei uma foto na capa que foi um sucesso, da esposa de doutor José Augusto Barreto, dono do Hospital São Lucas, falecido. A esposa dele já tem 90 anos, o filho fez um ensaio com ela e eu pedi uma foto. Ele falou “fale com minha mãe, se ela deixa”. Aí eu mandei uma mensagem pra dona Ceiza e ela “ah, não precisa”, eu digo “não, essa foto da senhora tem que sair, era pra sair na capa da Vogue”. Uma foto fabulosa de uma mulher, de uma senhora, de uma lady, de uma dama, aos 90 anos, sair na capa. Também teve uma capa muito marcante, uns três anos atrás, dona Amélia Franco Diniz, ela é de Sergipe e morava em Brasília, mora até hoje, e ela formou-se aos 80 anos. Depois que o marido morreu ela foi pra faculdade fazer Psicologia, se formou, e eu pedi a foto dela na formatura, que eu sou amiga de toda a família, né? Inclusive do irmão dela, muito amigo meu, Antônio Augusto Franco e Violeta, são amigos de viajar, de estar juntos, desde a minha juventude eram amigos dos meus pais e ela mandou a foto de Brasília pra aqui. E essa capa foi um sucesso, uma senhora de 80 anos formar-se em Psicologia, depois que ficou viúva, e ficou muito bacana. Então a gente bota gente de todas as idades na capa.

Fiz produção com quase todos os fotógrafos da época, de 42 anos pra cá. Produção mesmo, de ir pra estúdio, etc, com Osmar Matos, com Acrísio Siqueira, com Lineu Lins. Depois é que vieram esses outros novos. Mas ir produzir a capa dentro do estúdio foram com esses três e o Fernando, que era na época ainda do jornal preto e branco. E sempre todo mundo queria... “Ah, quero fazer a produção com você, você vai”. Eu fazia capa com crianças, fazia capa do dia das mães, fazia capa do dia dos pais, de natal. Sempre escolhia pessoas pra fazer capas produzidas e eu ia ao estúdio de Osmar, que foi um grandíssimo colaborador, sobretudo as minhas capas que eu depois contarei essa história pra você, porque que eu botei uma foto minha na capa na época e fui muito criticada por outros colegas jornalistas de colocar uma foto minha mesma na capa do caderno por causa de um processo que eu levei injustamente, arbitrariamente. E aí minha mãe disse “bote na capa pra você dizer o que é que aconteceu”. Eu apenas fiz um texto bonito e tal e botei minha foto na capa. E depois disso virou tradição. Todo mundo: “cadê a foto da capa? Como vai ser esse ano?”. E eu comecei a fazer os jornais, os cadernos especiais a cada final de ano com um tema na capa e uma foto minha. E aí vários colunistas imitaram, imitam até hoje. Que bom que imitam coisas boas e coisas felizes, né? Porque eu fico muito feliz quando vou pensar no tema pra fazer a foto da capa e em conjunto com o fotógrafo fazer essa foto. Então, quem me ajudou muito nesses anos todos nas minhas capas, que fez as fotos quase todas das minhas capas, eu na capa do caderno, foi Osmar Matos, que já se aposentou, mas às vezes quando eu preciso dele ele faz a foto. Não posso ser injusta com outros fotógrafos que colaboraram comigo, todos colaboraram, mas produção de capa foi Fernando Souza, Osmar Matos, Acrísio Siqueira e Lineu Lins.

## **I. Mulheres**

### **10 - A grande maioria dos personagens que aparecem nas fotografias de capa do caderno são mulheres. Por que isso ocorre? Este é um direcionamento consciente?**

Sobre as mulheres estarem na capa, começou lá atrás, no início da minha carreira, em 1978, 79, na Gazeta de Sergipe ainda. Eu comecei a colocar as meninas da sociedade na capa de biquíni. Todas saíam de biquíni, então começou a coisa das meninas. Mas eu botava às vezes alguns rapazes que eram assim os mais badalados da sociedade, que faziam esporte, etc. Mas os homens às vezes ficam reticentes quando eu peço pra botar uma foto na capa. Mas no tradicional nesses 41 anos, vou fazer 42 já, eu sempre coloco Dia dos Namorados, ou casais que vão casar, noivos, ou Dia dos Pais. Já coloquei fotos lindas de pais, que eu fazia a produção, o pai com os filhos e todos topavam, jovens ou mais velhos. Mas não é uma tradição. Acho que é mais assim porque os homens mesmo não gostam. Outro dia eu fiz com um amigo meu, uma foto que eu peguei dele, que ele faz triatlo, a capa ficou perfeita. Fiz toda a montagem, a diagramação, mandei pra ele e ele falou “não tô preparado, não dá pra botar essa foto que eu não sei o que é que meus amigos vão dizer”. Eu digo: “que você é um atleta. A foto tá perfeita!”. Bela, ele saindo do mar, todo com aquela roupa de neoprene. Uma foto muito legal, e ele não deixou botar, ficou todo acanhado. “Ai, nunca pensei nisso e tal”. E eu não publiquei. Mas às vezes eu faço homenagens, né? Como a última dessa semana com o empresário Walter Franco, que é da família que eu trabalho há 39 anos. Ficou muito feliz, porque também saiu a foto do pai dele. Era uma foto do meu arquivo, nem a família tem essa foto original. Eu tinha e ficou muito interessante. O ex-governador Augusto Franco no quadro, que é na casa de Walter Franco essa foto, e Walter Franco embaixo. Mas os homens é que não gostam muito de aparecer, ficam meio acanhados. Não é uma coisa que eu faça porque eu queira, botar só mulheres, ou brotos, ou meninas de 15 anos, ou crianças lindas. É porque os homens ficam acanhados mesmo. Timidez, acredito. Mas já saiu na capa foto do dono do São Lucas, que ele permitia, pelo trabalho na área da saúde. Pessoas também ligadas à saúde saem muito. Mas se for uma foto assim só pra botar que o homem é destacado da cidade, eles não gostam, ficam acanhados.



O motivo é esse, por isso que eu boto mais mulheres e garotas e jovens de 15 anos sempre, e muitos casais de noivos.

### **11 - Há algum critério físico para a escolha das imagens da capa?**

Não, sobre critério físico não há nenhum. A gente coloca todo mundo. De qualquer idade, de qualquer credo, de qualquer cor, de qualquer raça, de qualquer opção sexual. Não há critério algum. Eu escolho pela pessoa. Às vezes fez um trabalho destacado, às vezes é um grande professor, uma grande professora, um grande médico, um grande profissional liberal, uma jovem que faz alguma novidade. Não há critério algum. A gente vai escolhendo o que vai pintando no momento e às vezes até eu mesma peço a algum fotógrafo pra tirar uma foto de uma determinada pessoa que eu queria destacar e a pessoa às vezes não tem a foto pronta. Aí ele faz a foto. Hoje eu não vou mais nem pra produção. Eu digo como eu quero, converso com a pessoa que vai ser fotografada e com o fotógrafo. Mas o critério não existe assim. Todo mundo pode sair na capa, qualquer pessoa. Basta eu escolher.

A uns três anos atrás, acredito, eu botei uma capa lindíssima que um amigo meu fez e mandou. “Oh, Thaís, fiz essas fotos lindas”, de um casal de mulheres que tinha casado. E uma delas era casada, tem um filho. E eu publiquei na capa, uma foto mega ousada e muito linda esteticamente. Minha filha, foi uma confusão. O ex-marido da mulher ligou pro diretor do jornal. (Tô sô contando isso pra você, acho que não há necessidade de você registrar na tese, mas caso queira fique à vontade). O diretor do jornal falou que ele procurasse um advogado, porque não tinha nada demais a foto, a dona da foto autorizou, que era a ex-mulher dele, e ele se entendesse com o advogado se ele quisesse acionar o jornal, porque ele iria perder, porque foi a própria dona que autorizou. Thaís Bezerra tem essa autorização. E aí não deu em nada. Também já botei algumas fotos com professor (Jouberto) Uchôa nessa expansão maravilhosa pra Unit fora do país, né? Essa universidade que orgulha Sergipe e o Brasil. Então, já botei várias vezes. Às vezes em casal eu coloco quando a mulher faz aniversário, né? Acho que eu botei de professor Uchôa com dona Amélia também, quando ela fez 70 anos, ano passado. E vários homens já saíram. Mas é porque eu não posso lembrar de tudo, né? Só pra falar sobre essa capa, que foi uma loucura na cidade. Um casal de mulheres muito bonitas, e foi um bafafá. Porque eu apoio todo mundo, todas as causas eu tô de junto. Acho que o amor é um caminho, sempre.

### **12 - E para além do físico, há algum critério para a escolha das imagens da capa? O que prepondera? Os vínculos familiares são considerados como critério de escolha?**

Vínculos familiares não. Às vezes eu destaco uma sobrinha minha. Vamos dizer: eu tenho uma sobrinha que seguiu Jornalismo, fez curso de Rádio e TV, formou-se na UNIT em Jornalismo, então isso foi um orgulho pra mim. E aí eu fiz uma capa com ela megaproduzida com aquele Anderson (Anderson Adler), que faz o Glam, e ela ficou muito feliz porque a foto ficou um espetáculo, parecia uma artista de cinema. Porque é loira, muito bonita, bem magrinha. E eu coloquei ela na capa, porque ela tava se destacando na TV Atalaia e seguindo meu rumo, né? Meu caminho na Comunicação. Eu tenho cinco sobrinhas e foi a única que seguiu Comunicação, então eu fiquei muito feliz. Às vezes coloco uma irmã. Quando minha irmã fez 50 anos, uma capa muito bonita. Eu produzi aqui na minha casa, dentro da banheira, cheia de pétalas de rosas vermelhas, com o estúdio Osmar. Ficou muito interessante. E também a irmã mais velha, que é a que tem quatro filhas, já botei uma vez no Dia das Mães. Ela com as quatro filhas e também acho que botei nos 50 anos dela. Mas os laços familiares a gente segura um pouco, né? Pra não ficar uma coisa muito piegas. Só quando há um destaque mesmo. E o resto a gente vai escolhendo, todo mundo pode sair na capa. E

eu procuro sempre variar de gerações, né? Isso tem me dado muitos leitores fiéis nesses anos todos. Vai passando de mãe pra filho pra neto pra avó... Já boto gente de todas as cidades na capa e já botei e acho que isso é muito interessante no meu trabalho. Esse olhar atento, né? Pra o momento que a gente tá passando, tá vivendo, e renovar as pessoas que leem jornal.

**13 - Com o avanço dos anos, os homens vem aparecendo mais nas capas do caderno. Você confirma essa tendência? Em sua opinião, o que vem causando essa maior entrada dos homens como personagens de capa da publicação?**

Com o avanço dos anos alguns homens aparecem mais na capa, mas não são muitos. Como já te falei na pergunta anterior, eles ficam acanhados. Às vezes até por uma crítica de um amigo: “ah, tá querendo aparecer, pagou quanto?”. E às vezes não é nem pago, né? É porque eu escolhi o momento daquela pessoa. E os homens ainda ficam reticentes quando eu digo “posso botar uma foto sua na capa do caderno?”, “ai, Thaís, não, eu prefiro dentro”. Que às vezes é um destaque profissional, um destaque familiar, um destaque político e tal. Mas ainda são poucos homens, eu acho, pra quantidade de capas que eu já fiz ao longo de quatro décadas. Acho que deveria ter mais homens na capa.

**14 - Quem escreve os textos das capas? Existe um direcionamento específico sobre os tópicos que devem ser abordados nesses textos, sobretudo quando a personagem da capa é uma mulher?**

Todos os textos da capa sou eu que escrevo. Às vezes eu peço dicas à pessoa que é o personagem da capa, né? Que está na capa. “Me fala um pouquinho de você, do seu jeito de ser, como você é”, pra que eu possa fazer o texto, né? Elaborar a legenda. Mas quem faz os textos da capa sou eu. Só quando eu tô de férias, né? Tem que tirar férias uma vez por ano. Fica na mão de uma jornalista lá do Jornal da Cidade e aí ela faz como ela quiser. Mas, ao longo desses anos todos, eu que faço os textos, eu que pesquiso, eu que procuro modificar um pouquinho, fazer de várias maneiras. E sobretudo a diagramação, quem faz sou eu. Eu peço pro designer colocar o texto do lado tal, do outro lado, com a letra desse tipo, um pouco maior, um pouco menor, subtítulo, etc. Tudo eu que faço. Sobre mulher na capa, às vezes a foto é muito bonita e eu peço pra publicar. Aí a pessoa: “mas vai falar o que?”, “eu vou falar da sua beleza, da sua generosidade, da sua pessoa”. Não preciso falar um tema específico, né? Tem gente que eu escolho porque tá bonita a foto, tá interessante, acho que vai passar uma coisa positiva pras outras pessoas, pra vaidade, pra autoestima, pro bem estar próprio. Então acho que às vezes incentiva outras mulheres, outras jovens, uma foto bonita que a gente coloca na capa sem nenhum tema específico. Aí eu procuro realmente fazer um texto bem legal e que passe algo positivo, não apenas beleza. Beleza interior sobretudo.

**15 - Em sua visão, como vem sendo construída a representação da mulher nas capas do caderno Thaís Bezerra ao longo desses quase 40 anos? Você observa mudanças nesse modelo ou modelos de representação ao longo do tempo?**

Eu acho que a gente vai vendo mudanças mesmo. Mudanças de pensamento, de postura, de liberdade... Porque às vezes, naquela época que eu comecei, 78, 79, eu botava os brotos, né? Que minha coluna, o nome era “Gente Jovem”, depois virou um caderno, “Gazetinha”. E os maridos às vezes não deixavam, né? A mulher sair na capa, ou sair bonita, né? Era uma coisa bem difícil. Ainda tinha um pouco de preconceito dos homens machistas de Sergipe. Mas eu acho que eu fui quebrando muitos tabus nessa cidade. Eu venci sozinha, eu nunca tive marido assim pra dizer “vai fazer isso ou não vai”. Eu vivi com dois homens, um do Chile outro do Japão, e sempre fui muito independente como mulher. E sempre tentei passar isso no meu trabalho, com muita

responsabilidade, com muita postura. E sempre fui muito respeitada e muito acreditada em tudo que eu escrevia porque eu aprendi uma frase que eu nunca vou esquecer com o empresário Antônio Carlos Franco, o dono do jornal, que já faleceu. Que é irmão de Albano (Franco), filho de Augusto Franco, etc. E que é pai de Marcos Franco, que toma conta do jornal hoje. Ele um dia disse a mim: “Thaisinha, você escreva tudo no seu caderno. Menos sobre mim, sobre meu pai e minha mãe, que não gostam de aparecer. Mas se for até com um irmão meu, sendo verdade, pode botar no seu jornal”. Então eu aprendi isso com ele: se a gente fala uma verdade, às vezes uma nota cifrada, um bochicho, mas você falou a verdade. Então isso segue comigo até os dias de hoje e espero morrer dessa forma. Escrever as verdades, sempre. E, então, foi modificando a mente dos homens, né? A gente botava uma mulher na capa, às vezes uma mulher que fazia um trabalho solidário de filantropia, então eu fui começando a fazer isso décadas atrás e foi quebrando esse tabu dos maridos proibirem mulheres de saírem bonitas na capa de TB e tal. E acho que hoje é bem normal. Todo mundo permite, não se incomoda, fica feliz de ver a mulher bonita, ou a namorada, ou a noiva ou a mãe, e aí vai. Foi assim uma mudança de atitude mesmo. Eu, sempre um pouco ousada, fui tentando, tentando, e conseguindo, graças a Deus e muito trabalho, e muita dedicação, e muito amor e paixão.

#### **16 - Você consegue enxergar algum “tipo” de mulher em específico que aparece no caderno?**

Não, eu vou colocando. Às vezes a gente coloca uma menina que é mais forte, não é padrão de beleza, uma menina mais gordinha. Às vezes a gente coloca uma criança que não é tão linda, mas a expressão dela, a foto, tem algo a passar, algo a tocar nas pessoas, né? Pelo trabalho que a gente faz. Todos os anos eu tenho um espaço de capa e de página inteira dentro apoiando a causa da Síndrome de Down. Porque antigamente os pais tinham vergonha de sair com seus filhos que tinham Síndrome de Down. Eu acho que é um trabalho muito bacana, que me emociona fazer, que toca meu coração, e que as mães me procuram. Aí eu marco com o fotógrafo, o fotógrafo tira 10, 12, 15 fotos das crianças. Eu boto na capa, boto dentro do jornal. Apóio a causa da Cidown, né? Que é a Associação de Crianças com Síndrome de Down. E acho que foi um grande avanço também pra todas as mães e pais que também saem nas fotos nesse trabalho que eu apoio, a Cidown. E muita gente antigamente tinha vergonha, né? De dizer que tinha um filho com Síndrome de Down. Esses anjos lindos, que Deus botou na terra, né? Então acho que a gente vai pegando no momento. Não tem tipo algum pra sair na capa, nem de mulher, nem de jovem, nem de criança. É o meu olhar. Às vezes eu tô zapeando aqui na internet, vejo uma foto interessante, como eu botei agora recentemente na capa uma mãe com dois filhos em cima de um cavalo. Ela faz esporte com os dois filhos. Eu achei que era um tema legal pra crianças que às vezes ficam o dia todo no computador, o dia todo no celular, trancadas no quarto. Pra sair, pros pais olharem aquele exemplo ali daquela mãe com dois filhos em cima de um cavalo fazendo hipismo, né? Acho que foi muito bacana. Então eu vou tentando buscar algo novo pra botar na capa sem ter nenhum olhar pra o tipo da pessoa. A gente tem que olhar o momento e é isso que eu tento fazer a cada dia e acho que por isso ainda tô bem lida, sou bem lida, aliás, né? Nos dias atuais, que todo mundo só quer internet, mas o jornal ainda é vendido. Todo mundo liga pra mim “não aguento mais, não achei, quero o meu, quero o meu exemplar” e tal. E eu fico muito feliz e grata por ter esse trabalho assim ainda forte na sociedade sergipana, chegando daqui a pouquinho aos 42 anos, em agosto.

Na capa da mãe com os filhos, no Dia das Mães, em cima do cavalo, fui eu que pedi pra ela fazer essa produção porque eu sabia que ela fazia hipismo e os dois filhos “pequenininhos” também. Um tem 10, outro tem cinco. Uma coisa assim. Ou oito ou cinco, uma coisa assim. E a foto ficou linda. E ela fez a produção com um fotógrafo que ela escolheu. Ele mandou quatro fotos pra eu escolher porque eu dei a ideia e o tema pra falar de esporte, né? Pra incentivar os pais a colocar os filhos no

esporte porque o dia todo no celular acho que não é muito saudável pras crianças atuais, né? Na atualidade.

## II. Autoimagem

### **17 - Você se vê como potencial personagem do caderno? Em outras palavras: você seria uma colunável? Se sim, por quê?**

Quando iniciei meu trabalho em 1978, o perfil da coluna “Gente Jovem” era a brotolândia de Aracaju, pela minha boa relação com os jovens da sociedade que frequentavam o Iate Clube (onde cresci fazendo esportes à vela, incentivada por meu pai, que era velejador e foi um dos fundadores do clube da 13 de Julho, e chegou a ser campeão Nordeste de snipe na década de 50. O único a conquistar esse título em Sergipe). E cresci nesse ambiente de festas e badalação da alta sociedade. Mas éramos classe média, muito felizes e bem relacionados. Eu, meus pais Álvaro e Juju Bezerra, e as 03 irmãs Tamar, Tânia e Tanit. Foi lá, no ICAJU, em um ensolarado domingo, chegando de um passeio de jangada da Atalaia Nova com meu pai, a irmã caçula e uma amiga, que recebi o convite de Jorge Lins, assessor do editor chefe da Gazeta de Sergipe Ivan Valença, para escrever no jornal. O Iate era o grande point da época e eu vivia lá nos finais de semana. Era muito comunicativa e me dava bem com todo mundo. A coluna explodiu de sucesso!

No primeiro ano de colunismo, após ser processada arbitrariamente por uma autoridade da época, acatei a sugestão da minha saudosa mãe Juju Álvares Bezerra e coloquei 01 foto minha na capa do caderno quando fui condenada injustamente. A juíza da audiência falou para a minha mãe - que trabalhava na Justiça do Trabalho (hoje TRT 20) -, que tinha um bom relacionamento com a magistrada, dando a desculpa porque “ela não poderia condenar uma colega”. Minha mãe ficou perplexa com a falta de ética da juíza.

Na época fui criticada por outros colunistas por essa atitude: colocar 01 foto minha na capa. Ideia que posteriormente foi copiada pelos colunistas sociais até os dias de hoje o fazem.

Depois desse bochicho da minha foto na Capa, para desabafar sobre a condenação injusta no processo, resolvi fazer anualmente um Caderno Especial com os destaques do ano (sempre em janeiro) com foto minha na Capa.

Virou tradição! E acho que incentivei outras jovens e mulheres a fazerem fotos para que publicasse na Capa. Eu era vanguarda e corajosa, ia quebrando tabus, sempre orientada e amparada pela minha família, na prazerosa e espinhosa missão do colunismo social. Sempre gostei da pimentas, do molho na nota, época da ditadura, com notas cifradas que davam o que falar... e depois que meu trabalho foi ficando mais sólido, terminei virando um personagem que recebia convite para tudo.

A partir daí, eventos, festas, carnaval, boate do Iate, aniversários, celebrações, revéillon, em que eu estou presente, as pessoas fazem questão de tirar fotos comigo para sair no Caderno TB. Era e continua sendo uma honra para mim. Conclusão: me “tornei colunável” pelo carinho dos verdadeiros colunáveis.

Com o passar do tempo, o perfil da coluna também foi ampliando horizontes e comecei também a registrar não só amenidades, mas notícias de todas áreas: cultura, moda, negócios, lazer, profissionais liberais, executivos, empresários, mulheres empreendedoras, etc.

### **18 - Ao longo de sua carreira, você conquistou o respeito em cenários majoritariamente compostos por homens, como o da política e dos negócios. Como você chegou a esse ponto e**

**como você se enxerga nesse cenário? Você poderia narrar as principais disputas de poder nesses ambientes, se houver? Elas refletem no conteúdo da sua coluna?**

Eu fui conquistando aos poucos. Crescendo como profissional, eu comecei muito nova, não falava de política. Minha coluna era só mesmo sociedade, ambientes de festa, de alegria, de esporte, de lazer, de cultura, né? Mas política eu não falava. Eu comecei a fazer uma coluna política três anos após ter iniciado minha carreira como jornalista quando fui para o Jornal da Cidade. Na coluna da Gazeta de Sergipe, que era uma coluna chamada Gente Jovem, e depois virou o caderno Gazetinha, eu só falava mesmo de sociedade, de juventude e dessas coisas que eu já relatei aí. Mas, na coluna do Jornal da Cidade, nós criamos uma página política sob orientação do dono do jornal que foi meu grande mentor profissional, foi quem me deu norte, né? Quem me incentivava, quem exigia de mim, semanalmente, crescer como profissional e aprender sobre tudo, que é Antônio Carlos Franco. Tenho muitas saudades e faz muita falta no próprio jornal. E aí foi que a gente começou a falar sobre política, ele tinha aquela coluna assim como a menina dos olhos dele. A coluna só era publicada quando ele lia tudo. Eu comecei a me entranhar no meio político. Conversar com políticos, conversar com amigos jornalistas da área política, com empresários e amigos também envolvidos na política e comecei a ter uma rede de relacionamentos muito forte e de muito respeito pela minha postura como mulher, como profissional. Eu, mesmo jovem, fui muito orientada por Antônio Carlos. “Ah, teve um convite para ir não sei onde, vão todos os colunistas”. Ele dizia: “você não vai, isso não é ambiente pra você ir”. Os outros colunistas da época eram bem mais velhos que eu. Ele dizia “depois você vai saber o que é que houve nessa reunião, que alguém vai lhe informar”. Então ele foi me orientando assim mesmo, passo a passo para obter informações políticas mas sem estar envolvida em determinados ambientes políticos.

Na área empresarial, eu fui galgando espaços como profissional, né? De credibilidade, de muita ética e fui fazendo grandes amizades com os maiores empresários de Sergipe. Os médios, os micro e os pequenos, de todas as áreas e níveis de empresas. E também a gente fazia um trabalho de amizade. Eu fui conquistando empresas que apoiavam meu caderno, que patrocinavam meu caderno, mas acabei conquistando amigos. Então isso facilitava eu ligar pra um dos maiores empresários de Sergipe. Vamo dar um exemplo: Luciano Barreto, Albano Franco, etc. Ligava diretamente para o telefone dele. “Olhe, vou começar uma campanha no jornal assim, assim, assado. Gostaria de botar uma página da sua empresa? Ou meia página? Ou um rodapé?”. Então eu fui galgando isso aos poucos ao longo desses 42 anos. E nunca, vou lhe dizer uma coisa bem íntima, nunca recebi uma cantada, um assédio, como profissional do jornalismo. Como Thaís, pessoa física, às vezes alguém manda uma notinha assim: “ah, como você tá linda, como você tá bonita, cada dia mais gata”. Mas dizer assim que eu tive um contato profissional para o Jornal da Cidade, para o Caderno Thaís Bezerra, e recebi uma cantada? De ninguém. Na época eu visitava muito os irmãos Teixeira da Norcon, porque a gente fazia pacotes anuais como o jornal orientava, né? Que a gente já tinha esse cliente pro ano todo. Então eu ia na empresa, fazia visitas, porque não tinha nada de internet. Eu marcava hora com profissionais da construção civil, do comércio, de várias áreas, né? De empresas. E sempre tive muito respeito de todos eles. Então isso eu fui galgando com o tempo e minha coluna política virou realmente uma referência pelas informações que eu colocava.

Inclusive eu tive uma nota que eu recebi de uma pessoa e coloquei com cifras, né? Com o valor do dinheiro que foi negociado, de um político e empresário, e fui processada. Porque ele disse que eu botei o valor errado, me processou, eu fui condenada, e na condenação eu tive que me retratar, né? Publicamente. E aí o dono do jornal me chamou e me disse uma coisa que eu nunca esqueci: nunca coloque valor de absolutamente nada. Nem a compra de um carro. Você botou que alguém comprou um carro novo, lindo, único na cidade, tal. Não, porque a pessoa vai dizer que o valor não foi esse, e

você não tem como provar. Foi o que aconteceu. O político comprou uma grande empresa no Nordeste, ele não tinha capital pra isso, ele era um pequeníssimo empresário, virou político e ficou milionário. E eu fui processada por esse político. Mas quando o dono do jornal me orientou eu jamais fiz isso. Então, fui aprendendo.

Sobre a disputa de poder nesses ambientes, existe. Às vezes eu até via assim, eu botava uma empresa que patrocinava meu caderno, aí na outra semana a outra empresa concorrente queria botar. Mas não em termos de estar dentro desses ambientes e participar disso. Não. Sempre fui muito respeitada e muito bem tratada mesmo como profissional. Eu tenho até um amigo político, foi governador, que é meu amigo pessoal, que ele sempre diz assim: “eu te quero bem como minha amiga, como amiga da minha família, porque você é uma mulher honrada”. Ele se chama Albano Franco. Ele diz isso na frente de qualquer pessoa quando encontra comigo. Eu digo “você é meu dileto amigo”, porque eu era muito amiga do irmão dele que morreu e depois fiz muita amizade com Albano. Tenho uma amizade estreita com ele de sair pra jantar, de... Tô viajando, a gente se encontra em qualquer lugar por aí, ele me chama pra jantar, eu vou com as amigas dele, com as minhas amigas, minhas irmãs. Mas nunca recebi uma cantada, de nenhum desses empresários que eu trato profissionalmente. Então, nunca participei de um momento delicado. E esse conteúdo de empresários e políticos reflete muito bem o meu trabalho, a credibilidade que eu tenho, porque hoje eu checo tudo que alguém me manda. Porque às vezes tem gente que gosta de mandar uma nota pra uma intriga, pra uma briga, ou pra um interesse pessoal. Que tem gente que manda notícias e diz assim: “ah, Thaís e Arêdes tão combinando uma chapa pra lançar pra prefeitura”. Isso é mentira, porque eu nunca conversei com você sobre política, nem que eu sou candidata, nem você. Aí eu vou checar essa notícia pra ver se é verdade, pra ver se não é verdade, porque no ambiente jornalístico existe muita gente que planta, né? Sobretudo agora que todo mundo tem assessor. Então eu acho que essa resposta 18 já está bem respondida, e eu continuo muito respeitada e com muita credibilidade no mundo político porque sou muito bem informada. E não frequento a Assembleia [Legislativa], não frequento rodas de políticos, casas de políticos. Eu tenho bons informantes e muitas relações nessa área e muitos amigos também.

**19 - O caderno Thaís Bezerra é uma grande vitrine de produtos, serviços e também de pessoas. Como você encara a responsabilidade de ser uma formadora de opinião? Você sente que, de alguma maneira, está moldando a forma de ser de seus leitores?**

Me sinto uma formadora de opinião pelo trabalho que eu faço há 42 anos, um trabalho que eu procuro sempre aprimorar a cada dia. Eu nunca me acomodei, e também devo a Antônio Carlos Franco que exigia de mim crescer. Crescer com responsabilidade, crescer com informação, e, acima de tudo, com verdade. Então, o que eu coloco ali na minha coluna, você pode dizer... Não, muita gente diz assim: “botou na coluna de Thaís que houve a separação de fulano e sicrano, já é verdade, porque Thaís não vai botar isso inventando, né?”. Então eu cresci com essa credibilidade perante os meus leitores e a sociedade sergipana. Acho que é uma vitrine sim, até nos dias de hoje, porque eu vejo como sou procurada durante a semana inteira por várias pessoas de vários segmentos pra colocar uma nota, uma foto, uma entrevista, um destaque... E isso me gratifica muito, porque não é fácil trabalhar 42 anos no mesmo segmento. Um segmento delicado, que mexe com o ego das pessoas, com a vaidade, às vezes até com algumas coisas difíceis que as pessoas passam que a gente tem que registrar. A minha irmã se separou uma vez, eu falei assim: “eu tenho que registrar, no meu jornal de final de ano”. Ela disse “pode botar”. Aí eu botei, com todo carinho, de uma forma tranquila, mas registrei, porque é notícia. O marido dela era empresário, um empresário muito conhecido, continua empresário, bem sucedido. Eu digo: eu vou registrar. Não é porque é irmã, é uma notícia. Sobre a parte de produtos e serviços, a gente tem uma tabela de divulgação. Muitas

coisas eu divulgo porque é notícia mas quando parte para o comercial eu mando a tabela, o jornal tem essa tabela, eu não sou a dona do caderno, eu sou funcionária até hoje do Jornal da Cidade. A gente tem um acerto na parte de publicidade que eu faço as vendas do meu caderno. E a gente tem um acordo desde a época de Antônio Carlos Franco, que faleceu, quando eu entrei no Jornal da Cidade. Vai completar 39 anos agora em agosto. Se Deus quiser eu vou fazer um cadernão especial se Deus permitir. E eu encaro com muita responsabilidade, de ser uma formadora de opinião, na minha vida pessoal e profissional. Eu tenho uma postura diante da vida assim de muito respeito ao próximo, de muita humildade e de muito afeto. Eu trato todo mundo bem. Tem gente que diz assim: “ah, eu falo com colunista tal, ele vira a cara, nem fala comigo. Você fala com todo mundo na rua, e tanta gente fala que você é metida, que você é fútil, que você é muito vaidosa”. Eu falo: “eu não sou nada disso, eu sou normalíssima”. Eu adoro brincar, eu sou bem humorada, adoro fazer palhaçada. Eu sou normal e feliz na minha alma. E trato todas as pessoas como eu gostaria de ser tratada. Agora, no meu caderno, às vezes eu tenho que botar algumas notinhas que são alfinetadas, que são buchichos que incomodam as pessoas. Por isso que as pessoas me julgam às vezes como chata, como metida, como isso, como aquilo. Mas não me incomoda, porque eu tenho minha alma em paz com o trabalho que eu faço e como eu trato amigos, família e parceiros. Trato com o maior respeito, com a maior gratidão e com o maior profissionalismo que eu possa ter naquele momento. Aí eu acho que eu conquistei esse espaço também por isso. Pela minha postura como ser humano, como mulher, não só como jornalista, colunista social.

Eu acho que a gente influencia um pouco [a forma de ser dos leitores] pelo lado que cada um olha a gente. É o olhar do outro, não sou eu que vou dizer que influencio. Eu acho que o que eu faço como profissional inspira algumas pessoas que dizem até pra mim: “eu fiz jornalismo porque eu vi que a gente pode vencer como jornalista”. Porque todo mundo diz assim que é uma carreira difícil, que é uma carreira que ganha muito pouco, e que é uma carreira espinhosa, você trabalha dia e noite, né? Se você for repórter de um jornal, se você for repórter de uma televisão, se for redatora de uma agência, se você for assessora de imprensa, assessora de comunicação. É um trabalho que não para. Eu termino o caderno na sexta, no sábado eu já tô fazendo pesquisa de notícias, pesquisa de fotos, qual a capa que eu quero, qual é o foco que eu vou dar naquele próximo final de semana. A gente não para, a cabeça não para. Então eu acho que eu tenho leitores até hoje, muitos leitores graças a Deus, pelo trabalho sério que eu faço e de muita responsabilidade e amor. Eu tenho muita paixão pelo colunismo social. Já tive vontade até de parar, de encerrar, de descansar. Tive doente em 2015, já enfrentei algumas cirurgias bem sérias, né? Tive câncer, não escondo de ninguém, mas não sou de me vitimizar. Eu sou uma pessoa muito positiva e acredito que a gente tá no mundo pra gente fazer alguma coisa. Se melhorar como pessoa, evoluir como ser humano, como família, como amiga, como profissional. Então é isso que eu busco diariamente, é a minha evolução espiritual. Sou ligada a um instituto que eu tenho maior respeito, o maior carinho, que é o Instituto Salto Quântico. Sou voluntária, faço meu trabalho de voluntária em alguns bairros daqui. Não divulgo isso porque não há necessidade, tô contando apenas pra você. Me faz muito feliz, me edifica. Minha mãe era assim, aprendi com minha mãe, com meu pai, e acho que a gente tem uma missão aqui na terra. E acho que a minha missão foi essa, né? De ser jornalista. Que foi por acaso. Eu queria ser arquiteta. Aqui não tinha faculdade, eu terminei caindo do céu na minha mão o convite pra ser colunista. Eu fazia Licenciatura em Química na Universidade Federal de Sergipe, depois abandonei, com dois anos e meio, porque eu já era uma colunista muito conhecida e comecei a sobreviver do meu trabalho e também como jornalista da Companhia de Saneamento de Sergipe, a Deso, onde estou até hoje, desde 1980.

(...) Outra coisa que esqueci de dizer é que tô a cada semana renovando meus leitores. Hoje eu tenho garotas de 9, 10 anos que querem sair no meu caderno. No Ping Kids, uma foto, colocar o insta que ela faz bolo, a outra faz blusas tie dye, a outra faz bijouteria, a outra ensina make pra garotinhas novas. Então isso me deixa muito muito muito feliz, de ter 41 anos de jornalismo, vou fazer 42 agora, e continuar lida e valorizada. Isso eu acho que é o melhor do mundo, é a gente ser reconhecida pelo que faz com tanto amor, paixão, carinho e espinhos também.

**Pergunta anexada após o fechamento da entrevista (submetida em texto e respondida por áudio via Whatsapp em 18 de janeiro de 2021) – Vinculada ao bloco “Produção”**

**20 - Descreva sua rotina de produção e como ela se distribui (qual o seu deadline, quando a apuração da semana começa, quanto tempo de apuração diária, como essa apuração é feita, quanto tempo de escrita do texto, quanto tempo em questões comerciais, como o tempo de cada uma dessas atividades se divide ao longo da semana). Essa rotina sofreu modificações ao longo dos anos?**

A gente não fica contando quantas horas por dia trabalha, mas meu *deadline* é sempre quinta-feira à noite. É até meia noite que eu faço o jornal. Eu gosto muito de trabalhar à noite. A apuração da semana a gente fica já apurando da sexta-feira, quando termina um caderno pra fazer o próximo. Por exemplo: eu estou de licença devido à minha saúde, tirei um mês de férias. Então eu vou reassumir o caderno 6 de fevereiro. Já estou fazendo, porque é um caderno especial, como se fosse um caderno de final de ano. Então, já estou fazendo. São 15 dias pra fazer, né? A apuração é feita com os contatos que eu tenho, de informantes, porque um jornalista bom é aquele que nunca revela a fonte. Então eu tenho vários contatos, várias pessoas com quem eu converso diariamente. Mesmo que o jornal seja no domingo, eu já tô conversando desde hoje. A gente tá atrás de notícia. Principalmente agora com a era da informática, com as redes sociais, que todo mundo só fica com o celular na mão. Mas a gente tem que catar notícia porque todo mundo gosta de ver ali no papel. Às vezes você não segue tal pessoa, e no jornal resume-se as notícias da cidade, da sociedade, da garotada também, né? Da turma jovem que eu acompanho. As questões comerciais também eu faço com antecedência, às vezes faço de última hora quando o cliente liga "ah, eu quero essa semana, tal". A gente faz, mas eu também procuro fazer com antecedência pra que a gente consiga atingir as metas, né? Sobre as atividades e como eu divido ao longo da semana, são sempre ligadas ao meu trabalho. Quando eu fazia televisão, eu gravava dia de terça e o jornal eu começo já na sexta-feira, no dia que eu acabo o outro caderno, pra o outro domingo. Sete ou oito dias antes. Então, é assim que eu vou dividindo meu tempo. E durante os anos, 42 anos já de trabalho... Eu não parei nem quero parar tão cedo, porque acho que eu sou muito nova ainda pra me aposentar. São 61 anos de idade, não dá pra gente ficar dentro de casa só fazendo nada, né? A gente tem que produzir, se sentir útil e fazer o que ama, que é o que eu faço. Então, a gente vai modificando devido ao trabalho mesmo, o dia a dia. No início, que era com máquina de escrever, *Remington*. Depois vieram as máquinas elétricas, a gente vai andando mais rápido, e agora com o computador a gente faz mais rápido ainda. Mas eu vou anotando tudo no meu computador e na quarta e quinta que eu vou já fazendo os textos. Então, isso já ajuda muito. Eu não marco em termo de horas, mas eu marco no dia a dia, que a gente trabalha todo dia um pouco. Não pode ficar sentada, pra cair do céu a notícia, não. Tem que ter notícia. Então a gente tem que correr atrás sete dias antes.

(...) A gente não marca em horas, a gente marca todos os dias um pouco de trabalho. Mas eu não marco assim, tantas horas, que fiquei no computador. Às vezes eu fico a tarde toda, às vezes fico a manhã inteira, mas vamos fazendo.



## Apêndice 2 - Capas das edições do caderno Thaïs Bezerra (*Corpus*)

### RECORTE A – Capas



A033 - 10 e 11 janeiro 1982



A046 - 11 e 12 abril 1982



A065 - 22 e 23 agosto 1982



A094 - 13 e 14 março 1983



A123 - 02 e 03 outubro 1983



A127 - 30 e 31 outubro 1983



A131 - 27 e 28 novembro 1983



A136 - 01 e 02 janeiro 1984



A155 - 13 e 14 maio 1984



A157 - 27 e 28 maio 1984



A168 - 12 e 13 agosto 1984



A176 - 07 e 08 outubro 1984



A178 - 21 e 22 outubro 1984



A197 - 03 e 04 março 1985



A215 - 07 a 09 julho 1985



A223 - 01 e 02 setembro 1985



A238 - 15 e 16 dezembro 1985



A248 - 23 e 24 fevereiro 1986





A258 - 04 e 05 maio 1986



A264 - 15 e 16 junho 1986



A267 - 06 e 07 julho 1986



A274 - 24 e 25 agosto 1986



A286 - 16 e 17 novembro 1986



A299 - 15 e 16 fevereiro 1987



A300 - 22 e 23 fevereiro 1987



A336 - 01 e 02 novembro 1987



A343 - 20 e 21 dezembro 1987



A351 - 14 e 15 fevereiro 1988

A353 - 28 e 29 fevereiro 1988

A354 - 06 e 07 março 1988



A358 - 03 e 04 abril 1988

A361 - 24 e 25 abril 1988

A378 - 21 e 22 agosto 1988



A386 - 16 e 17 outubro 1988

A394 - 11 e 12 dezembro 1988

# RECORTE A – Contracapas



A127 - 30 e 31 outubro 1983



A131 - 27 e 28 novembro 1983



A136 - 01 e 02 janeiro 1984



A155 - 13 e 14 maio 1984



A157 - 27 e 28 maio 1984



A168 - 12 e 13 agosto 1984



A178 - 21 e 22 outubro 1984



A197 - 03 e 04 março 1985



A215 - 07 a 09 julho 1985





A223 - 01 e 02 setembro 1985



A248 - 23 e 24 fevereiro 1986



A258 - 04 e 05 maio 1986



A264 - 15 e 16 junho 1986



A267 - 06 e 07 julho 1986



A274 - 24 e 25 agosto 1986



A286 - 16 e 17 novembro 1986



A299 - 15 e 16 fevereiro 1987



A300 - 22 e 23 fevereiro 1987



A336 - 01 e 02 novembro 1987

A343 - 20 e 21 dezembro 1987

A351 - 14 e 15 fevereiro 1988



A353 - 28 e 29 fevereiro 1988

A354 - 06 e 07 março 1988

A358 - 03 e 04 abril 1988



A361 - 24 e 25 abril 1988

A378 - 21 e 22 agosto 1988

A386 - 16 e 17 outubro 1988



**A394 - 11 e 12 dezembro 1988**

### **RECORTE B – Capas**



**B009 - 04 a 06 março 1989**



**B011 - 18 a 20 março 1989**



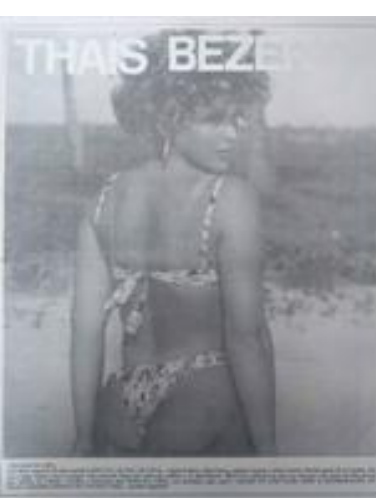
**B012 - 25 a 27 março 1989**



**B025 - 24 a 26 junho 1989**



**B026 - 01 a 03 julho 1989**



**B044 - 04 a 06 novembro 1989**





B050 - 16 a 18 dezembro 1989



B064 - 24 a 26 março 1990



B109 - 02 a 04 fevereiro 1991



B116 - 23 a 25 março 1991



B119 - 13 a 14 abril 1991



B122 - 04 a 06 maio 1991



B150 - 16 a 18 novembro 1991



B156 - 28 a 30 dezembro 1991



B159 - 18 a 20 janeiro 1992



B173 - 25 a 27 abril 1992



B220 - 20 a 22 março 1993



B221 - 27 a 29 março 1993



B228 - 15 a 17 maio 1993



B232 - 12 a 14 junho 1993



B245 - 11 a 13 setembro 1993



B256 - 27 a 29 novembro 1993



B278 - 19 a 21 março 1994



B283 - 04 a 06 junho 1994



B291 - 30 jul a 01 agosto 1994



B311 - 17 a 19 dezembro 1994



B319 - 11 a 13 fevereiro 1995



B344 - 05 a 07 agosto 1995



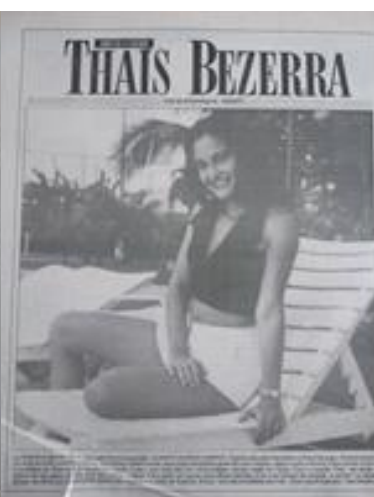
B356 - 28 a 30 outubro 1995



B369 - 27 a 29 janeiro 1996



B418 - 04 a 06 janeiro 1997



B433 - 19 a 21 abril 1997



B447 - 26 a 28 julho 1997





B450 - 16 a 18 agosto 1997

B499 - 25 a 27 julho 1998

### RECORTE B – Contracapas



B009 - 04 a 06 março 1989

B011 - 18 a 20 março 1989

B012 - 25 a 27 março 1989



B025 - 24 a 26 junho 1989

B026 - 01 a 03 julho 1989

B044 - 04 a 06 novembro 1989



B050 - 16 a 18 dezembro 1989



B064 - 24 a 26 março 1990



B109 - 02 a 04 fevereiro 1991



B116 - 23 a 25 março 1991



B119 - 13 a 14 abril 1991



B122 - 04 a 06 maio 1991



B150 - 16 a 18 novembro 1991



B156 - 28 a 30 dezembro 1991



B159 - 18 a 20 janeiro 1992

# RECORTE C – Capas



C023 - 05 a 07 junho 1999



C044 - 30 outubro a 01 novembro 1999



C076 - 10 a 12 junho 2000



C099 - 18 a 20 novembro 2000



C117 - 24 a 26 março 2001



C125 - 19 a 21 maio 2001



C127 - 02 a 04 junho 2001



C128 - 09 a 11 junho 2001



C136 - 04 a 06 agosto 2001





C141 - 08 a 10 setembro 2001



C154 - 08 a 10 dezembro 2001



C177 - 18 a 20 maio 2002



C186 - 20 a 22 julho 2002



C196 - 28 a 30 setembro 2002



C197 - 05 a 07 outubro 2002



C200 - 26 a 28 outubro 2002



C203 - 16 a 18 novembro 2002



C221 - 22 a 24 março 2003



C255 - 15 a 17 novembro 2003



C276 - 10 a 12 abril 2004



C279 - 01 a 03 maio 2004



C288 - 03 a 05 julho 2004



C307 - 13 a 15 novembro 2004



C327 - 02 a 04 abril 2005



C332 - 07 a 09 maio 2005



C379 - 01 a 04 abril 2006



C408 - 21 a 23 outubro 2006





C414 - 02 a 04 dezembro 2006



C422 - 27 a 29 janeiro 2007



C433 - 14 a 16 abril 2007



C438 - 19 a 21 maio 2007



C460 - 20 a 22 outubro 2007



C486 - 19 a 21 abril 2008



C494 - 14 a 16 junho 2008



C512 - 18 a 20 outubro 2008

### RECORTE C – Contracapas



C177 - 18 a 20 maio 2002



C197 - 05 a 07 outubro 2002



C332 - 07 a 09 maio 2005

### RECORTE D (2009-2018) – Capas



D011 - 15 e 16 março 2009



D023 - 07 e 08 junho 2009



D051 - 20 e 21 dezembro 2009



D076 - 13 e 14 junho 2010



D079 - 04 e 05 julho 2010



D086 - 22 e 23 agosto 2010





D088 - 05 e 06 setembro 2010



D099 - 21 e 22 novembro 2010



D136 - 07 e 08 agosto 2011



D137 - 14 e 15 agosto 2011



D149 - 06 e 07 novembro 2011



D185 - 15 e 16 julho 2012



D214 - 03 e 04 fevereiro 2013



D235 - 30 junho e 01 julho 2013



D241 - 11 e 12 agosto 2013



D252 - 27 e 28 outubro 2013



D258 - 08 e 09 dezembro 2013



D262 - 05 e 06 janeiro 2014



D279 - 04 e 05 maio 2014



D289 - 13 e 14 setembro 2014



D331 - 03 e 04 maio 2015



D334 - 24 e 25 maio 2015



D357 - 01 e 03 novembro 2015



D360 - 22 e 23 novembro 2015





D385 - 14 a 16 maio 2016



D397 - 06 a 08 agosto 2016



D424 - 11 a 13 fevereiro 2017



D433 - 14 a 17 abril 2017



D439 - 27 a 29 maio 2017



D459 - 14 a 16 outubro 2017



D467 - 08 a 11 dezembro 2017



D478 - 24 a 26 fevereiro 2018



D483 - 31 março a 02 abril 2018



D489 - 12 a 14 março 2018      D507 - 15 a 17 setembro 2018

### Apêndice 3 - Capas das edições do caderno Thaís Bezerra (Modelos de Representação)

#### MODA E PUBLICIDADE (16 edições)







A215



A238



A248



A267



A274



A286



A300



A386

### NOVA GERAÇÃO (04 edições)



B109



B159



B319



B256

### TALENTO E BELEZA (04 edições)



D086

D149

D331

D357

### NOIVAS (11 edições)



C141

C177

C186

C196



C307

C512

D258

D289



D397

D424

D459



# DEBUTANTES (31 edições)



B026

B050

B119

B122



B173

B220

B232

B245



C023

C076

C125

C128



C154

C197

C200

C203



C221

C276

C279

C288



C327

C332

C379

C414



C422

D051

D076

D214



D241

D334

D385